

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
КАЗАНСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

TERRA LINGVAE

Сборник научных статей

Выпуск 8



КАЗАНЬ
2020

УДК 81(06)
ББК 81.2я43
Т37

*Печатается по рекомендации учебно-методической комиссии
Института международных отношений
Казанского (Приволжского) федерального университета*

Научный редактор

доктор педагогических наук, доцент, зав. кафедрой европейских языков
и культур, директор Высшей школы иностранных языков и перевода
Института международных отношений КФУ **Д.Р. Сабирова**

Технический редактор

преподаватель кафедры европейских языков и культур
Высшей школы иностранных языков и перевода
Института международных отношений КФУ **С.О. Пупырева**

Рецензент

доктор филологических наук, профессор кафедры иностранных языков
Казанского государственного энергетического университета

Г.Ф. Лутфуллина

Terra Linguae: сб. науч. ст. Вып. 8. – Казань: Издательство Казанского
Т37 университета, 2020. – 260 с.

ISBN 978-5-00130-368-8

Данный сборник представляет собой коллективную работу студентов и преподавателей кафедры европейских языков и культур, кафедры теории и практики перевода Высшей школы иностранных языков и перевода Института международных отношений Казанского (Приволжского) федерального университета. В сборнике нашли отражение результаты деятельности научно-исследовательских групп в области когнитивной лингвистики, языковой вариативности, теории и практики перевода, сравнительного изучения терминологических систем, методики преподавания иностранных языков и межкультурной коммуникации.

УДК 81(06)
ББК 81.2я43

ISBN 978-5-00130-368-8

© Издательство Казанского университета, 2020

СОДЕРЖАНИЕ

ГЛАВА 1. АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ФУНКЦИОНАЛЬНОЙ И СОПОСТАВИТЕЛЬНОЙ ЛИНГВИСТИКИ	7
<i>Афанасьева А.А., Гайнутдинова Д.З.</i> МЕТАФОРИЧЕСКАЯ НОМИНАЦИЯ В АНГЛИЙСКОЙ МЕДИЦИНСКОЙ ТЕРМИНОЛОГИИ	7
<i>Гимадиева А.Х., Заглядкина Т.Я.</i> КОНЦЕПТ «ВОЛЯ/WILLE» В РУССКОЙ И НЕМЕЦКОЙ ЯЗЫКОВЫХ КАРТИНАХ МИРА	11
<i>Жукова В.Ю.</i> СЛОВАРНОЕ ОПИСАНИЕ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ СЕМАНТИЧЕСКОГО ПОЛЯ «ДЕНЬГИ»	15
<i>Зайцева Н.А.</i> СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ КОММУНИКАТИВНОГО ПОВЕДЕНИЯ ЭММАНЮЭЛЯ МАКРОНА И МАРИН ЛЕ ПЕН.....	19
<i>Макуха Р.В., Гизатова Г.К.</i> СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ИДИОМ МОРСКОЙ ТЕМАТИКИ В АНГЛИЙСКОМ И ИТАЛЬЯНСКОМ ЯЗЫКАХ (КОРПУСНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ)	24
<i>Маршова А.А., Юсупова Л.Г.</i> ВЛИЯНИЕ МИГРАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ НА ПОЯВЛЕНИЕ НОВЫХ ЛЕКСИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ В НЕМЕЦКОМ ЯЗЫКЕ	29
<i>Медведева Д.В., Исмаилова А.Р.</i> СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧЕСКИЕ ПАРАМЕТРЫ ЭРГОНИМОВ ЦЕНТРАЛЬНЫХ И ПЕРИФЕРИЙНЫХ УЛИЦ МАДРИДА И КАЗАНИ.....	34
<i>Меркулова А.А., Заглядкина Т.Я.</i> КОНЦЕПТ «МИЛОСЕРДИЕ» В НЕМЕЦКОЙ И РУССКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРАХ	39
<i>Поликарпова А.А., Исмаилова А.Р.</i> ФУНКЦИОНАЛЬНО-СЕМАНТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ЭРГОНОМИКОНА ЦЕНТРАЛЬНЫХ УЛИЦ ГРАНАДЫ И МЕХИКО.....	45
<i>Рыбина А.В.</i> ИДЕОГРАФИЧЕСКАЯ КЛАССИФИКАЦИЯ АНГЛИЙСКИХ ИДИОМ СЕМАНТИЧЕСКОГО ПОЛЯ «ЭМОЦИОНАЛЬНЫЕ СОСТОЯНИЯ, ЧУВСТВА»	49
<i>Хакимова К.Л., Депутатова Н.А.</i> АНАЛИЗ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ФОРМЫ ОБРАЩЕНИЯ В ИСПАНСКОМ ЯЗЫКЕ В РАМКАХ СИТУАЦИИ ПИРОПО НА МАТЕРИАЛЕ СОВРЕМЕННОГО ИСПАНСКОГО КИНЕМАТОГРАФА	54
<i>Шайдуллина Д.И.</i> СУБКТЕГОРИЯ ОПРЕДЕЛЕННОСТИ: КОНВЕРГЕНТНЫЕ ЧЕРТЫ.....	59
<i>Шевцова А.А.</i> СЛОВАРНОЕ ОПИСАНИЕ СЕМАНТИЧЕСКОГО ПОЛЯ «ЭМОЦИОНАЛЬНЫЕ СОСТОЯНИЯ, ЧУВСТВА»	65
<i>Шевченко А.С., Заглядкина Т.Я.</i> РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ КУЛЬТУРНОГО КОНЦЕПТА «ПРИВАТНОСТЬ» В НЕМЕЦКОЙ И РУССКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРАХ.....	68
<i>Шейн М.Р., Середина А.Ю.</i> ОСОБЕННОСТИ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ ЛИНГВИСТИЧЕСКОГО ЛАНДШАФТА Г. ПАЛЕРМО	74
ГЛАВА 2. ЛИНГВИСТИКА ТЕКСТА И ПРОБЛЕМЫ ДИСКУРСА	78
<i>Ганжелюк П.Ю.</i> ЖАНРЫ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОГО ДИСКУРСА АМЕРИКАНСКОЙ ЦИФРОВОЙ ДИПЛОМАТИИ	78

<i>Горягина В.В., Закирова Л.Р.</i> ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖНОЙ РАЗГОВОРНОЙ РЕЧИ В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ФИЛЬМАХ	81
<i>Григорьева К.А.</i> ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ СФЕРЫ КИНО ВО ФРАНЦУЗСКИХ МЕДИАТЕКСТАХ	85
<i>Зиганшина Ч.И., Закирова Л.Р.</i> ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ СТАТЕЙ НА ТЕМУ “SUPER BOWL 2020”	89
<i>Зиннатуллина Ф.Ф.</i> СРАВНИТЕЛЬНО-СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ДИСКУРСА ДЕЛОВОЙ КОММУНИКАЦИИ АНГЛИЙСКОГО И РУССКОГО ЯЗЫКОВ	94
<i>Июльская В.М.</i> СРАВНИТЕЛЬНО-СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ЛЕКСИКИ ГЛЮТТОНИЧЕСКОГО ДИСКУРСА ВО ФРАНЦУЗСКОМ И РУССКОМ ЯЗЫКАХ (НА ПРИМЕРЕ РЕСТОРАНОВ)	100
<i>Кашипова А.С., Закирова Л.Р.</i> ЛЕКСИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ЯЗЫКА РЕКЛАМНОГО ТЕКСТА	104
<i>Кураченко А.Б., Закирова Л.Р.</i> ОСОБЕННОСТИ ТЕЛЕВИЗИОННОЙ РЕЧИ КАК РАЗНОВИДНОСТИ ПУБЛИЧНЫХ ВЫСТУПЛЕНИЙ	107
<i>Латыпов Э.Ф., Нуртдинова Г.М.</i> СЛОВООБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ТЕРМИНОВ-НЕОЛОГИЗМОВ (НА ПРИМЕРЕ СОВРЕМЕННЫХ СТАТЕЙ СОБСТВЕННО-НАУЧНОГО ПОДСТИЛЯ)	111
<i>Низамова Б.М.</i> МЕТАФОРА В СЛЕНГЕ АНГЛОЯЗЫЧНОГО КИНЕМАТОГРАФА	115
<i>Макарова М.М.</i> СЛЕНГ КАК ЭЛЕМЕНТ ВИРТУАЛЬНОГО ДИСКУРСА: ПРАГМАТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ	119
<i>Мубаракишина К.Б., Шигапова Ф.Ф.</i> ЯЗЫКОВЫЕ ОСОБЕННОСТИ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ РЭП-БАТТЛОВ	124
<i>Паседько А.А., Закирова Л.Р.</i> ЛИНГВОСТИЛИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ТЕКСТОВ ПЕСЕН ГРУППЫ NS ÜNC	128
<i>Садеева М.Р.</i> ГОМЕОТЕЛЕВТ КАК ОСОБЕННОСТЬ ПОЭЗИИ ПОЛЯ ЭЛЮАРА	132
ГЛАВА 3. МЕТОДИКА ПРЕПОДАВАНИЯ ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ И МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ	136
<i>Антонова С.П., Поморцева Н.П.</i> УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРИНЦИПА НАГЛЯДНОСТИ В ОБУЧЕНИИ СПЕЦИАЛЬНОЙ ЛЕКСИКЕ ИЯ В ШКОЛЕ	136
<i>Антонова Т.Ю., Шангарева Л.Ф.</i> КОРПУСНАЯ ЛИНГВИСТИКА И ОБУЧЕНИЕ ИНОСТРАННЫМ ЯЗЫКАМ	141
<i>Ахмадуллина Э.Р., Боднар С.С.</i> КОМПЛЕКС УПРАЖНЕНИЙ ДЛЯ ИНТЕГРАТИВНОГО ОБУЧЕНИЯ АНГЛИЙСКОМУ ЯЗЫКУ С ПРИМЕНЕНИЕМ ХУДОЖЕСТВЕННО-ВЫРАЗИТЕЛЬНЫХ ЭЛЕМЕНТОВ В НАЧАЛЬНОЙ ШКОЛЕ	144
<i>Ачилова Р.С., Сабирова Д.Р.</i> ОСОБЕННОСТИ ПОСТРОЕНИЯ УМК ПО АНГЛИЙСКОМУ ЯЗЫКУ ДЛЯ УЧАЩИХСЯ НАЧАЛЬНОЙ ШКОЛЫ С РУССКИМ И УЗБЕКСКИМ ЯЗЫКОМ ОБУЧЕНИЯ (ОПЫТ УЗБЕКИСТАНА)	150

Воропаева М.К., Шангараева Л.Ф. ФОРМИРОВАНИЕ ГРАММАТИЧЕСКИХ НАВЫКОВ СТУДЕНТОВ ЯЗЫКОВОГО ВУЗА НА ОСНОВЕ ЛИНГВИСТИЧЕСКОГО КОРПУСА	156
Гаврильчева Л.А., Плахова Е.А. ОРГАНИЗАЦИЯ ГРУППОВЫХ ВИДОВ РАБОТЫ ПРИ ФОРМИРОВАНИИ НАВЫКА ГОВОРЕНИЯ НА УРОКАХ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА	160
Доровских В.А. НЕПРЕРЫВНОЕ БИЛИНГВАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ В КОНТЕКСТЕ СОВРЕМЕННОСТИ	164
Закирова Р.З., Гайнутдинова А.З. ОСОБЕННОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МУЛЬТИМЕДИЙНЫХ СРЕДСТВ ОБУЧЕНИЯ В ПРОЦЕССЕ ФОРМИРОВАНИЯ НАВЫКОВ УСТНОЙ РЕЧИ	168
Калимуллина Д.Ф., Зорина А.В. ФОРМИРОВАНИЕ ЛЕКСИЧЕСКИХ НАВЫКОВ У СТУДЕНТОВ ЯЗЫКОВОГО ВУЗА С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ЛИНГВИСТИЧЕСКИХ КОРПУСОВ	172
Касимова А.Н., Плахова Е.А. ПРИМЕНЕНИЕ МЕТОДА ПРОЕКТОВ КАК СРЕДСТВА ИНТЕНСИФИКАЦИИ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА	176
Мусабинова Г.А., Сагитова Р.Р. ОСОБЕННОСТИ ОБУЧЕНИЯ АНГЛИЙСКОМУ ЯЗЫКУ НА НАЧАЛЬНОМ И СРЕДНЕМ ЭТАПЕ С ПРИМЕНЕНИЕМ МУЛЬТСЕРИАЛОВ И КОРОТКОМЕТРАЖНЫХ МУЛЬТФИЛЬМОВ	180
Осипова А.И. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ АУТЕНТИЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ ДЛЯ ФОРМИРОВАНИЯ СОЦИОЛИНГВИСТИЧЕСКОЙ КОМПЕТЕНЦИИ ПРИ ОБУЧЕНИИ ИНОСТРАННЫМ ЯЗЫКАМ	184
Просина В.А., Боднар С.С. ОБУЧЕНИЕ АНГЛИЙСКОМУ ЯЗЫКУ ПОСРЕДСТВОМ МОБИЛЬНЫХ ПРИЛОЖЕНИЙ В ОСНОВНОЙ СРЕДНЕЙ ШКОЛЕ	188
Хамдеева Д.Р. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ АУТЕНТИЧНОЙ ТЕЛЕВИЗИОННОЙ РЕКЛАМЫ В ПРОЦЕССЕ ОБУЧЕНИЯ АНГЛИЙСКОМУ ЯЗЫКУ СТУДЕНТОВ МЛАДШИХ КУРСОВ ЯЗЫКОВОГО ВУЗА	193
Шахбанова М.Д., Шангараева Л.Ф. ТВОРЧЕСКИЙ КОМПОНЕНТ В ОБУЧЕНИИ ПИСЬМЕННОЙ РЕЧИ НА СТАРШЕМ ЭТАПЕ В СРЕДНЕЙ ШКОЛЕ	197
Шишмагаева О.А., Гизатова Г.К. ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ КОРПУС В ОБУЧЕНИИ ФРАЗЕОЛОГИИ В ЯЗЫКОВОМ ВУЗЕ	202
Яруллина Ф.И., Мубаракишина Д.И. КРИТЕРИИ ОТБОРА АУТЕНТИЧНЫХ ВИДЕОМАТЕРИАЛОВ ДЛЯ ОБУЧЕНИЯ МОНОЛОГИЧЕСКОЙ РЕЧИ УЧАЩИХСЯ СТАРШИХ КЛАССОВ НА УРОКАХ ФРАНЦУЗСКОГО ЯЗЫКА	206
Ястребова Е.В., Амирханова К.М. ПРИМЕНЕНИЕ РЕФЛЕКСИВНОГО ДНЕВНИКА В ПРОЦЕССЕ ОБУЧЕНИЯ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ НА СРЕДНЕМ ЭТАПЕ	209
ГЛАВА 4. ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА ПЕРЕВОДА	214
Валеева Р.Р., Нуртдинова Г.М. СПОСОБЫ ПЕРЕДАЧИ ИСТОРИЧЕСКИХ РЕАЛИЙ НА РУССКИЙ ЯЗЫК (НА МАТЕРИАЛЕ РОМАНА В. СКОТТА «КВЕНТИН ДОРВАРД»)	214

Васильева А.А., Нуртдинова Г.М. СПОСОБЫ ПЕРЕДАЧИ КАЛАМБУРОВ	218
Гараева А.Ф., Шустова Э.В. СПОСОБЫ ПЕРЕВОДА РЕАЛИЙ В РАССКАЗЕ А.И. СОЛЖЕНИЦЫНА «ОДИН ДЕНЬ ИВАНА ДЕНИСОВИЧА» В ЕГО ПЕРЕВОДЕ НА АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК	224
Гумерова А.А., Абдрахманова А.А. ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ ПЕРЕВОДА АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ГАЗЕТНЫХ ЗАГОЛОВКОВ НА РУССКИЙ ЯЗЫК В ОБЛАСТИ МАССОВОЙ КУЛЬТУРЫ (НА МАТЕРИАЛЕ ГАЗЕТ “THE SUN” И “BBC”)	229
Покровская А.А., Абдрахманова А.А. ЛИНГВОСТИЛИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА РЕКЛАМНЫХ СЛОГАНОВ	232
Полякова Е.В., Шустова Э.В. ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ И ПЕРЕВОДА АНГЛОЯЗЫЧНОЙ ТЕРМИНОЛОГИИ НЕФТЕГАЗОВОЙ ОТРАСЛИ НА МАТЕРИАЛЕ ОФИЦИАЛЬНЫХ САЙТОВ КОМПАНИЙ “SCHLUMBERGER” И “HALLIBURTON”	238
Редькина А.М., Палутина О.Г. АНАЛИЗ СПОСОБОВ ПЕРЕВОДА РЕАЛИЙ РУССКОГО ЯЗЫКА НА ИСПАНСКИЙ ЯЗЫК (НА МАТЕРИАЛЕ РОМАНА Л.Н. ТОЛСТОГО «АННА КАРЕНИНА»)	243
Сотникова Е.О., Ибрагимова А.Н. ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА НЕУСТОЯВШЕЙСЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЛЕКСИКИ В ПУБЛИЦИСТИЧЕСКИХ ТЕКСТАХ	248
Худайметова Л.Р., Бобырева Н.Н. СПЕЦИФИКА ПЕРЕВОДА ДОКУМЕНТОВ В СФЕРЕ СПОРТА (НА МАТЕРИАЛЕ ПРАВИЛ СОРЕВНОВАНИЙ ПО БАСКЕТБОЛУ)	255

ГЛАВА 1. АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ФУНКЦИОНАЛЬНОЙ И СОПОСТАВИТЕЛЬНОЙ ЛИНГВИСТИКИ

МЕТАФОРИЧЕСКАЯ НОМИНАЦИЯ В АНГЛИЙСКОЙ МЕДИЦИНСКОЙ ТЕРМИНОЛОГИИ

*Афанасьева А.А.
Гайнутдинова Д.З.*

Данная статья посвящена метафорической номинации в английской медицинской терминологии. Описан проведенный структурно-языковой анализ отобранных методом сплошной выборки метафорических терминологических единиц. На основе семантического анализа выделены признаки, положенные в основу переосмысления. В результате определения сфер-источников, послуживших основой метафорической терминологизации, выделены метафорические модели.

Ключевые слова: метафора, структурно-языковой анализ, семантический анализ, метафорические модели, медицинская терминология.

This article is devoted to metaphorical nomination in English medical terminology. The structural-linguistic analysis of metaphorical terminological units selected by the continuous sampling method is described. Based on the semantic analysis, the features underlying the rethinking are highlighted. As a result of the determination of the source spheres that served as the basis for metaphorical terminology, metaphorical models are distinguished.

Key words: metaphor, structural and linguistic analysis, semantic analysis, metaphorical models, medical terminology.

На сегодняшний день метафора играет важную роль в жизни людей. Еще несколько веков назад метафора использовалась в основном в литературе, но позже она стала применяться и в других сферах жизни человека: в медицине, в психологии, в средствах массовой информации, в политике.

В связи с развитием науки развивается словарный состав языков. Несмотря на то, что медицина начала развиваться много веков назад, этот процесс продолжается и по сей день. В связи с развитием терминологической системы медицины появляется потребность в создании новых терминов, понятий.

Тема метафорической номинации интересует многих ученых-лингвистов уже много веков от Аристотеля, Платона и Цицерона до Н.Д. Арутюновой, Н.Д. Бессорабовой, А.И. Ефимова, А.П. Чудинова, В.К. Харченко и других. Казалось бы, данная тема довольно актуальна на сегодняшний день, ведь метафорическая номинация в медицинской сфере изучена недостаточно хорошо, несмотря на то, что многие лингвисты затрагивали эту тему в своих работах. Например,

в статье «Метафора как средство образования медицинских терминов» на примере французской прессы Ю.Г. Синельникова и Я.С. Подорванова рассматривают процесс метафоризации двояко: с одной стороны, метафора противоречит сути терминологических единиц, ведь она связана с многозначностью слова. С другой стороны, метафора непосредственно связана с человеком, с его эмоциями и ощущениями [5, с. 6]. И.В. Семенчук и А.Н. Тывстыко в статье «Метафора в английской терминологии» рассматривают метафору в области гастроэнтерологии, где также пишут, что метафора отражает окружающий мир [4, с. 114]. Кроме того, метафорическая номинация помогает создавать и фиксировать словосочетания в медицинской сфере. Однако при переводе данных метафор возникают трудности не только у начинающих переводчиков, но и у достаточно опытных, ведь реалии двух языков, их культурные ценности различаются, следовательно, при переводе метафоры не могут пониматься буквально. К тому же, человек привык сравнивать все новое с тем, что уже существует. А метафора, по словам Е.Х. Мещеряковой, – «это новое использование уже существовавшего ранее в языке слова или словосочетания для обозначения какого-либо понятия с целью наделения его частью предыдущего смысла» [3]. В результате этого семантические компоненты слов преобразуются.

В ходе исследования английской терминологии в сфере медицины нами были отобраны 112 терминов, образованных с помощью метафорического переноса, а также был проделан их структурно-языковой и семантический анализ. Так, структурный анализ показал, что метафоры могут быть однословными: **shell** – *конха* (что-то в слизистой носа), **canal** – *канал* ((ионные) порообразующие белки); двухсловными: **frog abdomen** – *лягушачий живот* (живот, лежащего на спине больного), **drug administration** – *медикаментозное лечение* (прием лекарств) и многословными: **Alice in Wonderland Syndrome** – *синдром Алисы в стране чудес* (синдром, который характеризуется зрительными иллюзиями, галлюцинациями), **swan-neck deformation** – *деформация пальцев в виде «шеи лебедя»*, (деформация, которая развивается в результате гиперэкстензии проксимальных межфаланговых суставов). Фактический материал показал, что однословные термины составляют – 2,67%, двухсловные – 74%, многословные – 23,21% (погрешность – 0,12%).

Вслед за Н.Д. Арутюновой [2, с. 161] мы подразделяем изучаемые метафоры на субстантивные, адъективные и субстантивно-адъективные. При этом каждая из этих групп делится на подгруппы:

1. Субстантивные:

- N: **fossa** – *островок* (скопление гормон-продуцирующих клеток)
- N+N: **grave delirium** – *острый делирий* (острое психическое расстройство с помрачением сознания, возможен летальный исход)
- N's+N: **cat's ear** – *кошачье ухо* (аномалия строения уха)
- N+of+N: **delusion of control** – *бред воздействия* (бред, где человек переживает свои чувства, мысли так, будто они навязаны ему внешней силой)

2. Адъективные:

- Adj+N: **lower back** – *поясница* (часть тела от копчика до ребер человека)

- part II+N: **arrested case** – *купированная болезнь* (прерванный приступ болезни)
- part I+N: **running nose** – *насморк* (воспаление слизистой оболочки носа)
- 3. Субстантивно-адъективные:
 - N+N+N: **silver fork deformation** – *штыкообразная деформация в области лучезапястного сустава* (стойкое отклонение кисти от продольной оси предплечья)
 - N+at/in+N: **delivery at term** – *срочные роды* (роды, которые произошли преждевременно)
 - Adj+adj+N+N: **hot cross bun skull** – *ягодицеобразный череп* (врожденные увеличенные и выпяченные лобные и теменные бугры)
 - Adj+adj+N: **cross cut bur** – *конусовидный бор с удлинённой головкой* (стоматологический прибор)
 - N+ of + adj +N: **branch of the aortal artery** – *ветвь аорты* (одна из подвздошных артерий, на которые делится аорта)
 - N+part II+N: **cone-shaped organ** – *сердце* (орган человека, благодаря которому он живет)
 - N+part II+N+N: **beak-shaped crown forceps** – *клювовидные щипцы для удаления зубных коронок* (медицинский инструмент)
 - part II+N+N: **cracked-pot sound** – *симптом треснувшего горшка* (признак внутричерепного давления)
 - adj+N+of+N: **interlobular septum of the liver** – *междольковая перегородка печени*, (часть печеночной доли).

Таблица 1

Виды метафорических терминологических единиц

Модели экспликации метафор	Примеры	Однословные	Двухсловные	Трехсловные
Субстантивные				
N	Shell	3 – 2,67%	51 – 45,5%	11 – 9,8%
N+N	Frog abdomen			
N's+N	Cat's ear			
N+of+N	Delusion of control			
Адъективные				
Adj+N	Lower back	23 – 20,5%	2 – 1,7%	
Part I+N	Arrested case			
Part II+N	Running nose			
Субстантивно-адъективные				
N+N+N	Swan-neck deformation			4 – 3,57%
N+at/in+N+N	Delivery at term			2 – 1,7%
Adj+Adj+N+N	Hot cross bun skull			1 – 0,89%
Adj+Adj+N	Cross cut bur			2 – 1,7%
N+of+Adj+N	Branch of the aortal artery			2 – 1,7%
N+part II+N	Cone-shaped organ			1 – 0,89%

Модели экспликации метафор	Примеры	Однословные	Двухсловные	Трехсловные
N+part II+N+N	Beak-shaped crown forceps			1 – 0,89%
Part II+N+N	Cracked-pot sound			1 – 0,89%
Adj+N+of+N	Interlobular septum of the liver			1 – 0,89%

Семантический анализ терминов и их производных основ показал, что в основе метафорической номинации в медицинской терминологии лежит сходство по:

– форме: **Arch** – *арка* (форма дугообразная), **arch of the aorta** – *дуга аорты* (форма дугообразная);

– характеристике: **trip** – *поездка* (смена визуального ряда в воображении), **acid-trip** – *галлюцинация* (смена визуального ряда в воображении);

– расположению: **bed** – *кровать* (расположение – горизонтальное), **bed case** – *лежачий больной* (расположение – горизонтальное);

– процессу: **accident** – *авария* (процесс нарушения), **cerebral accident** – *инсульт* (процесс нарушения);

– функции: **coat** – *пальто* (функция защиты), **coat antigen** – *антиген оболочки (вируса)* (функция защиты).

В результате определения сфер-источников, послуживших основой метафорической терминологизации, нами выделены следующие метафорические модели:

– человек → медицина: **neck** – *шея* (участок тела между туловищем и головой), **neck of tooth** – *шейка зуба* (место соединения коронки и корня зуба); **waist** – *талия* (наиболее узкая часть туловища между грудью и животом), **waist of the heart** – *талия сердца* (сужение рентгеновской тени сердца и крупных сосудов в передней проекции);

– животный мир → медицина: **tale** – *хвост* (задняя суженная часть тела (у животных)), **tale of pancreas** – *хвост поджелудочной железы* (часть органа, имеющая конусовидную форму); **fin** – *ласта* (конечность водных животных и птиц, пальцы которой соединены перепонкой), **seal-fin deformation** – *деформация пальцев в виде «тюленьих лап»* (утолщения на концах фаланг в виде небольших узелков);

– растительный мир → медицина: **mushroom** – *гриб* (растение, состоящее из ножки и круглой шляпки, растущее в лесах), **mushroom catheter** – *катетер с грибовидной головкой* (медицинское изделие для проведения через него хирургического инструмента); **berry** – *ягода* (небольшой сочный плод кустарниковых или травянистых растений), **berry aneurism** – *гроздевидная аневризма* (расширение просвета кровеносного сосуда или полости сердца вследствие патологических изменений их стенок или аномалии развития, имеющая гроздевидную форму);

– архитектура → медицина: **arch** – *арка* (часть стены), **mandibular dental arch** – *нижнечелюстная зубная дуга* (линия, проходящая через вестибулярные поверхности режущих краев коронок нижней челюсти); **wall** – *стена* (вертикальная часть здания), **bowel wall** – *кишечная стенка* (оболочка кишечника).

Таким образом, проведенный анализ метафорической номинации в английской медицинской терминологии показал преобладание двухсловных метафор над однословными. Структурно-языковой анализ изучаемых единиц продемонстрировал наиболее продуктивные типы словосочетаний с точки зрения синтаксической связи компонентов. Наиболее продуктивной является адъективная метафора, реализующаяся в подгруппе Adj+N. В качестве источников метафорической номинации выступают такие сферы как «человек», «растительный мир», «животный мир» и «архитектура».

ЛИТЕРАТУРА

1. *Акжигитов Г.Н.* Большой англо-русский медицинский словарь / Г.Н. Акжигитов, Р.Г. Акжигитов. – М.: издание г-на Акжигитова Р.Г., 2005. – 1224 с.
2. *Арутюнова Н.Д.* Языковая метафора (синтаксис и лексика) / Н.Д. Арутюнова // Лингвистика и поэтика. – М.: Наука, 1979. – С. 147–173.
3. *Мецгерякова Е.Х.* О метафоре. – URL: <https://www.it-claim.ru/Library/Books/ITS/wwwbook/ist6/mesharecova/mesharecova.htm> (дата обращения: 12.02.2020).
4. *Семенчук И.В.* Метафора в английской медицинской терминологии (на примере предметной области «гастроэнтерология») / И.В. Семенчук, А.Н. Товстыко // Журнал Гродневского государственного медицинского университета. – 2015. – № 3. – С. 111–114.
5. *Синельников Ю.Г.* Метафора как средство образования медицинских терминов (на материале французской прессы) / Ю.Г. Синельников, Я.С. Подорванова // Журнал «Научные ведомости». Серия «Гуманитарные науки». – 2014. – С. 6.

КОНЦЕПТ «ВОЛЯ/WILLE» В РУССКОЙ И НЕМЕЦКОЙ ЯЗЫКОВЫХ КАРТИНАХ МИРА

*Гимадиева А.Х.
Заглядкина Т.Я.*

Статья посвящена концепту «Воля/Wille» в русской и немецкой языковых картинах мира, анализу концептуальных структур и исследованию двух языковых картин мира на основе анализа пословиц и поговорок и проведенного ассоциативного эксперимента среди респондентов различных культур.

Ключевые слова: концепт, языковая картина мира, концептуальные структуры, ассоциативный эксперимент, различные культуры.

The article is devoted to the concept of “Воля / Wille” in Russian and German linguistic world-image and to the analysis of conceptual structures and the study of two linguistic world-images based on proverbs, sayings. The association experiment was carried out among the respondents from different cultures.

Key words: concept, linguistic world-image, conceptual structure, association experiment, different cultures.

Изучение мировосприятия разных культур, их мышления и отношения к окружающему нас пространству приобретает все большее значение в условиях перманентного развития современного мира. Изучая не только язык, но и быт, культуру, менталитет любого народа можно создать основу для успешной коммуникации. С этой же целью все чаще исследуются различные языковые картины мира. Согласно мнению лингвистов, взгляд людей на мир в той или иной степени определяется языком, на котором они говорят, и одни и те же понятия могут совершенно по-разному восприниматься представителями разных культур. По мнению О.А.Корнилова, вербальное отражение мира является уникальным. Эта уникальность в какой-то мере предопределена несколькими факторами. С одной стороны, это национальный склад мышления и его особенности, а с другой стороны, это различная природная среда и культурные особенности, которыми наделен каждый индивид [1, с. 165]. Достаточная осведомленность об особенностях различных языковых картин мира и, соответственно, различных мировосприятий может предотвратить создание барьеров на пути к успешной межкультурной коммуникации.

Изучение концептов является актуальным и по сей день, поскольку именно они позволяют нам рассмотреть слово в контексте культуры, коммуникации и познания. Исследованием теории концепта занимались такие ученые как С.А. Аскольдов, Ю.С. Степанов, И.А. Стернин, Г.Г. Слышкин, Н.Д. Арутюнова, З.Д. Попова, С.Г. Воркачѳ, В.И. Карасик, Д.И. Лихачев и другие. Однако определение данного термина до сих пор вызывает оживленные дискуссии среди ученых.

Первым ученым, использовавшим термин «концепт» был С.А. Аскольдов, интерпретировавший концепт как мысленное образование, способное замещать в процессе мышления неопределенное множество предметов, действий, мыслительных функций одного и того же рода [2].

Согласно определению Д.И. Лихачева, концепт – это мыслительная единица, используемая для описания всех явлений и предметов окружающей нас действительности у различных коммуникантов в зависимости от их образования, социального статуса и личного опыта [3].

Обобщая результаты исследований других лингвистов можно выделить основные определения концептов, на которые опирается большинство последующих исследователей:

1) концепт – идея, включающая абстрактные, конкретно-ассоциативные и эмоционально-оценочные признаки, а также спрессованную историю понятия [4];

2) концепт – личностное осмысление, интерпретация объективного значения и понятия как содержательного минимума значения [3];

3) концепт – это абстрактное научное понятие, выработанное на базе конкретного житейского понятия [5];

4) концепты – это входящие в культуру гены, являющиеся многомерными образованиями. Эти культурные гены имеют под собой понятийную или псевдопонятийную основу [6].

Любой концепт как многомерное образование имеет структуру, состоящую из определенных компонентов. В данной статье мы остановимся на результатах

исследования трех составляющих концепта «Воля/Wille», а именно на понятийной, образной и ценностной составляющих концепта. Понятийный компонент концепта представляет собой его дефиницию. Ценностный компонент выявляется в ходе анализа различных паремиологических единиц, например, пословиц и поговорок. А для выявления образного компонента необходим анализ экспериментальных данных, полученных, например, в ходе ассоциативного или дефинитивного эксперимента.

Понятийной составляющей концепта «Воля/Wille» является само понятие, его обозначение в толковых, этимологических и синонимических словарях. Таким образом, согласно толкованию этимологического словаря русского языка воля (лат. voluntas, греч. βούλησις, θέλησις) [7] – *это специфическая способность или сила*. Обращаясь к немецкому этимологическому словарю [8], мы можем наблюдать следующую дефиницию «Fähigkeit des Menschen sich für ein bestimmtes Verhalten zu entscheiden» (*Способность человека выбирать определенное поведение/ образ действий*). Определение, представленное в немецком словаре «Duden», гласит: *воля – это поведенческие стремления, желания; определенное твердое намерение*.

Исследуя дефиниции, представленные в синонимических словарях русского и немецкого языков, можно сделать вывод, что синонимичный ряд в обоих языках в целом аналогичный:

– Русский язык: желание, требование, свобода, независимость, власть, стремление, упорство, характер, сила.

– Немецкий язык: Absicht, Bestreben, Vorhaben, Vorsatz, Wollen, Zweck, Mut, Kraft (намерение, стремление, замысел, твердое намерение, желание, цель, смелость, сила).

Эти лексические единицы, полученные в ходе этимологического и лексического анализа, и составляют ядро концепта «Воля/Wille».

Для выявления ценностной составляющей концепта «Воля/Wille» были проанализированы пословицы и поговорки, наиболее часто встречающиеся в русском и немецком языках. Анализ пословиц и поговорок, вербализирующих исследуемый нами концепт, позволит получить представление о картине мира, отражаемой в немецком и русском языках, а также в сознании их носителей. В качестве лексикографических источников для исследования были выбраны «Словарь русских пословиц» В. И. Даля и «Словарь немецких пословиц» Ф. Зейлера [9]. Примеры некоторых паремиологических единиц мы приводим ниже:

1) Wo ein Wille ist, ist auch ein Weg. (Где есть цель, там есть и способы).

2) Des Menschen Wille ist sein Himmelreich. (Охота пуще неволи).

3) Der Wille öffnet die Türen zum Erfolg. (Воля открывает все двери на пути к успеху).

4) Gezwungener Wille ist Unwille. (Вынужденное желание – нежелание).

5) Wenn es Gottes Wille ist. (Если на то воля Божья).

6) На все воля Божья.

7) В рай за волоса не тянут: чья воля, того и ответ.

8) Воля и труд – дивные всходы дают.

9) Воля птичке дороже золотой клетки.

10) ... только волю дай!

На основе проведенного анализа паремиологических единиц немецкого языка можно наблюдать, что доминантой ценностной составляющей немецкого концепта «Wille» является именно значение «стремление», из чего можно сделать вывод, что представители немецкой культуры в достижении целей делают упор не на внешние факторы, вроде воли Божьей, а на собственное упорство и усилие.

На доминирующих позициях русского концепта можно отметить наличие религиозных мотивов и мотивов, связанных со «свободой» в прямом значении слова. Данный результат можно объяснить тем, что в русском языке разница между двумя разными дефинициями *воля как свобода* и *воля как сила* очень размыта, и подходящий смысл, зачастую, можно выявить только из контекста.

Для выявления и анализа образного компонента исследуемого концепта был проведен ассоциативный эксперимент, в котором приняли участие русские и немецкие респонденты. Эксперимент проводился посредством опроса и анкетирования, которое предусматривало получение определенных реакций на словостимул Воля (Wille). В данном эксперименте приняли участие 114 информантов, 56 русскоговорящих и 58 немецкоговорящих, средний возраст опрашиваемых обеих культур составил 27 лет.

Согласно ответам русскоговорящих респондентов, у большинства опрошенных слово «воля» ассоциируется со словом «сила» (17 ответов), второе место занимает ассоциация «свобода» (15), далее «стремление», «победа» и «характер» с количеством ответов 5, 3 и 3 соответственно. Другие ответы респондентов не повторялись больше, чем 2 раза, среди таких ассоциаций были «поле», «птица», «спортсмены-инвалиды» и другие.

Ответы немецкоговорящих респондентов были следующими: ассоциация «Kraft» (сила) на слово-стимул «Wille» встречается у 20 опрошенных, второе по частотности повторяющихся ассоциаций слово было «Motivation» (мотивация), его указали 10 респондентов, следующей повторяющейся ассоциацией было слово «Disziplin» (дисциплина), указанное 6 опрошенными, также повторялись такие ассоциации как «Freiheit» (свобода), «Wunsch» (желание), «Weg» (способ), «Verlangen» (требование). Среди не повторявшихся ассоциативных слов встречались такие слова, как «Erziehung» (воспитание), «Religion» (религия) и «Stress» (стресс).

Все полученные в ходе эксперимента реакции были проанализированы для определения наиболее частотных ассоциаций. Можно отметить, что среди обеих опрошенных групп превалирует ассоциация *сила*. Последующие ассоциативные ряды больше расходятся, нежели сходятся. Так, например, ассоциация немецкоговорящих представителей, мотивация у русских респондентов не встретилась вовсе, так же как ассоциация русских *победа* или *характер* не встретилась среди немецких респондентов. Отдельно хотелось бы выделить ассоциацию *свобода*, которая среди русских респондентов встречается 15 раз, а среди немцев лишь 4 раза. Это, как мы уже выяснили, обуславливается тем, что русские респонденты при отсутствии полного контекста могут смешивать два разных понятия, тогда как у немцев для слова *свобода* есть отдельная дефиниция, не переплетающаяся с другими.

Таким образом, на основе произведенного анализа можно сделать вывод, что наша ментальность и культура, в целом, накладывают отпечаток на наше воспри-

ятие одних и тех же понятий. Предпосылки к определенному образу мышления и восприятия могут быть обусловлены историческими, политическими, культурными и другими процессами. Это доказывает теорию о том, что для успешной межкультурной коммуникации нужно владеть не только языком оппонента, но и учитывать культурные особенности и общую языковую картину мира.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Аскольдов (Алексеев) С.А.* Концепт и слово / С.А. Аскольдов // Русская словесность. От теории словесности к структуре текста: Антология / Под общ. ред. В.П. Нерознака. – М.: Academia, 1997. – С. 267–279.
2. *Даль В.И.* Пословицы русского народа. Сборник В 2-х томах / В.И. Даль. – М., Художественная литература, 1984. – Т.2. – С. 386–395.
3. *Корнилов О.А.* Языковые картины мира как производные национальных менталитетов / О.А. Корнилов. – М.: Высшая школа, 2003. – 259 с.
4. *Лихачев Д.С.* Концептосфера русского языка / Д.С. Лихачев // Русская словесность. От теории словесности к структуре текста. Антология / Под общ. ред. В.П. Нерознака. – М.: Academia, 1997. – С. 280–287.
5. *Ляпин С.Х.* Концептология: к становлению подхода / С.Х. Ляпин // Концепты. Научные труды Центрконцепта. – Архангельск: Изд-во Поморского госуниверситета, 1997. – Вып. 1. – С. 11–35.
6. *Соломоник А.* Семиотика и лингвистика / А. Соломоник. – М.: “Молодая гвардия”, 1995. – 352 с.
7. *Степанов Ю.С.* Константы. Словарь русской культуры. Опыт исследования / Ю.С. Степанов. – М.: Школа “Языки русской культуры”, 1997. – С. 40–76.
8. *Этимологический словарь русского языка.* – URL: <https://vasmer.slovaronline.com/> (дата обращения 31.03.2020).
9. *Köbler Gerhard.* DeutschesEtymologischesWörterbuch / G. Köbler. – Stuttgart: UTB,1995. – 484 s.

СЛОВАРНОЕ ОПИСАНИЕ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ СЕМАНТИЧЕСКОГО ПОЛЯ «ДЕНЬГИ»

Жукова В.Ю.

Статья посвящена анализу словарного описания идиом на основе индуктивного метода в идеографической классификации. На основе 50 фразеологизмов, отобранных из лексикографических источников, проведено исследование с целью раскрытия семантических свойств идиом с помощью семантического и корпусного анализа.

Ключевые слова: фразеологическая единица, корпус, внутренняя форма, значение, семантическое поле, семантический ряд.

The article gives the analysis of the dictionary description of idioms based on the inductive method in ideographic classification. The study was conducted with the aim of revealing the semantic properties of idioms using corpus and semantic analysis on the basis of 50 phraseological units selected from lexicographic sources.

Key words: phraseological unit, corpus, inner form, meaning, semantic field, semantic range.

Перед современной фразеологией стоит множество важных задач, одной из которых является словарное описание фразеологических единиц (далее ФЕ). Природу термина ФЕ изучали многие ученые-лингвисты (А.В. Кунин, В.В. Виноградов, А.И. Смирницкий, Н.Н. Амосова и др.), и исходя из их утверждений, мы делаем заключение, что мнения насчет определения ФЕ различаются. Под фразеологической единицей мы понимаем *устойчивое сочетание лексем, значение которых полностью или частично пересмотрено и которые образуют семантическое единство.*

ФЕ имеет особенное фразеологическое значение, отличающееся от лексического значения. Согласно точке зрения Д.О. Добровольского и А.Н. Баранова, ФЕ имеет особую внутреннюю форму, которая значительно влияет на семантику и употребление фразеологизма [1, с. 53]. Понятие внутренней формы описывается как образный компонент значения, который проявляется в нестандартных употреблениях ФЕ, формируя игровой слой семантики [2, с. 2]. Так, можно сделать вывод, что внутренняя форма сравнительно уникальна, что является одной из проблем семантического и вследствие словарного описания ФЕ.

Важной для идеографического описания ФЕ является теория семантического поля. Вопреки тому, что она имеет несколько вариантов определения, общим признаком определений семантического поля является целостная величина, с помощью которой стало возможным объединение лексики в лексико-семантическую систему, в которой каждая лексема имеет свое положение в иерархии значений.

Согласно А.Н. Баранову и Д.О. Добровольскому, в лексической семантике семантическое поле означает совокупность лексем, объединённых общим семантическим признаком [1, с. 51].

Так, семантическое поле имеет нетривиальный общий семантический признак для всех слов, входящих в это поле, который является его центром или ядром. Кроме центра существует в поле и периферия, т.е. второстепенные значения слова.

Семантические поля делятся на более узкие по значению семантические ряды, часть из которых впоследствии делится на семантические группы.

В границах семантического поля возможны все виды семантических отношений между фразеологизмами: синонимия, вариантность, полисемия, антонимия и пр. Это также затрудняет выявление семантических свойств идиом того или иного идеографического поля.

Еще одним важным вопросом во фразеографии является применение корпусных исследований. Корпус – это большая эмпирическая база, с помощью которой можно уточнять значение, способ функционирования и сферу использования языковой единицы [4, с. 58]. В корпусе встречается не так много контекстов, в которых используются идиомы, однако они могут помочь уточнить или дополнить значение ФЕ. Корпусный лингвистический анализ важен для фразеологии, так как корпус содержит в себе «живой» языковой материал, не сконструированный исследователями языка. Фразеологизмы неразрывно связаны с картиной мира,

поэтому корпусный анализ имеет большое значение в их словарном описании. При описании ФЕ при помощи корпусов мы опирались на теоретические положения, изложенные в трудах А.Н. Баранова и Д.О. Добровольского [1], Е.Б. Кротовой [3], Г.К. Гизатовой [5, 6].

Нашей целью является раскрытие семантических свойств идиом с помощью корпусного и семантического анализа.

Путем использования индуктивного метода, предполагающего подход в анализе языковых единиц от «частного» к «общему», на основе 50 ФЕ, отобранных из лексикографических источников [4, 7], мы выделили в семантическом поле «деньги» такие ряды, как «Богатство», «Бедность», «Заработок», «Оплата», «Долги», «Бережливость», «Расточительство», «Дорого», «Дешево», «Характеристика денег». В свою очередь, в некоторых семантических рядах выделились семантические группы, например, в семантическом ряду «Долги» выделились такие семантические группы, как «быть в долгу», «занять деньги в долг» и «уплатить долг».

На примере двух идиом, входящих в семантический ряд «Богатство», с помощью семантического и корпусного анализа мы выявили семантические свойства данных ФЕ.

ФЕ **have money to burn** и ФЕ **be in the money**, означающие *иметь много денег*, или же русским эквивалентом которых, являются выражения *загрести деньги лопатой*, *купаться в золоте*, в англо-русском фразеологическом словаре А.В. Кунина определены как взаимозаменяемые синонимы. В свою очередь, ФЕ **have money to burn** в других словарных источниках [7] имеет дополнительное, отличное значение *иметь много денег, больше, чем нужно*.

Корпусное исследование на основе Британского национального корпуса дало нам 4 варианта использования ФЕ **have money to burn** в контексте, которые, так или иначе, имели лишь значение *иметь много денег*. Только один вариант контекстного использования показал схожий с дополнительным значением смысл данной идиомы: “‘What on earth are you doing coming home in a taxi?’ ‘Edward got it for me.’ ‘Edward is it? Well all I can say is he must **have money to burn!**’ ‘He just wanted to make sure I got home safely,’ Sally said smugly. For the first time in her life she felt she had outdone Paula, who had never, ever, arrived home in a taxi!” В данном примере мы можем заметить, что ФЕ носит несколько отрицательное значение.

А.В. Кунин дает следующий контекстный пример использования ФЕ: “‘I don’t like taking this drink from you,’ ... ‘Don’t you worry! **I’ve got money to burn!**””. В переводе ФЕ означает «У меня столько денег – девать некуда». Мы можем сделать заключение, что ФЕ все-таки имеет дополнительное значение.

Что касается ФЕ **be in the money**, контекстных примеров было выявлено два раза больше – 8 вариантов использования данной идиомы. Во всех примерах ФЕ имела значение *иметь много денег*. Например, “Send the entry form to The People Generation Name Game at the address on the card and if your entry comes out of the hat you – and your family – **are in the money!**”; “Then, all at once, he seemed to **be in the money!** he had a new BMW and a boat”. В данном случае, никаких дополнительных стилистических или семантических свойств выявлено не было.

ФЕ **in cash** полисемична, и имеет, согласно А.В. Кунину, два значения: *при деньгах* и *наличными*. Поэтому мы относим ее к двум семантическим рядам –

«Богатство» и «Характеристика денег». Корпус насчитывает 479 примеров использования идиомы в контексте, однако ни один из них не проиллюстрировал значение «при деньгах». Контекстные примеры значения «наличными» оказались большинством: “What we are asking is what determines the amount of money people want to hold, whether *in cash* or in some form of account”. Англо-русский фразеологический словарь показывает нам пример использования ФЕ в значении «при деньгах»: “He bets... freely when he is *in cash*”.

В результате анализа аутентичных примеров из Британского национального корпуса, мы пришли к заключению, что главным, основным значением идиомы является «наличными», так как это значение имеет большее количество употреблений. В словарном описании это значение будет записано первым.

ФЕ *make ends meet* и ФЕ *make both ends meet* имеющие русский эквивалент *сводить концы с концами* также можно рассмотреть с помощью корпусного анализа. В словаре А.В. Кунина идиомы указаны как варианты. В первом случае было выявлено 114 вариантов в корпусе, во втором случае – всего 4. Причем обе идиомы имеют одинаковое значение в контексте: “Many families these days are finding it very hard to *make ends meet*”; “Things have been getting steadily worse – all our investments are down – and long before this last attack of Daddy’s, it was almost impossible to *make both ends meet*”. Семантических отличий в ходе анализа не было обнаружено, что позволяет прийти к выводу о том, что данные ФЕ являются вариантами друг друга.

Так, в результате анализа ФЕ семантического поля «Деньги», используя корпусную методику, в частности, аутентичные контексты, мы выявили новые семантические свойства идиом (новые варианты и значения), ранее не зафиксированные в словарях.

На основе всего вышесказанного, из нашего исследования можно заключить, что с помощью корпусного и семантического анализа можно определить вид и особенности семантических отношений между и внутри ФЕ, доминирующее значение идиомы, а также найти контекстные примеры, чтобы уточнить реальную дефиницию и стилистические параметры ФЕ.

ЛИТЕРАТУРА

1. Баранов А.Н. Семантические отношения во фразеологии / А.Н. Баранов, Д.О. Добровольский // Компьютерная лингвистика и интеллектуальные технологии: По материалам ежегодной Международной конференции «Диалог» (Бекасово, 25–29 мая 2011 г.). Вып. 10 (17). – М.: Изд-во РГГУ, 2011. – С. 51–53.
2. Баранов А.Н. Принципы семантического описания фразеологии / А.Н. Баранов, Д.О. Добровольский // Вопросы языкознания. – 2009. – № 6. – С. 2.
3. Кротова Е.Б. Корпусная фразеология (на материал немецкого языка): дис. ... канд. фли. наук / Е.Б. Кротова. – Москва, 2013. – 296 с.
4. Кунин А.В. Англо-русский фразеологический словарь / А.В. Кунин. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Русский язык, 1984. – 944 с.
5. Gizatova G. A Corpus-based Approach to Lexicography: Towards a Thesaurus of English Idioms / G. Gizatova // Proceedings: Lexicography and Linguistic Diversity. International Congress 6-10 September 2016. – Euralex 2016, Tbilisi. – P. 348–354.

6. *Gizatova G. Bilingual Corpus Lexicography: New English-Russian Dictionary of Idioms/ Proceedings: Lexicography in Global Contexts. International Congress July 2018. – Euralex 2018, Ljubljana. – P. 511–521.*

7. *Spears Richard A. NTC's thematic dictionary of American idioms / Richard A. Spears. – USA: NTC Publishing Company, 1998.*

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ КОММУНИКАТИВНОГО ПОВЕДЕНИЯ ЭММАНЮЭЛЯ МАКРОНА И МАРИН ЛЕ ПЕН

Зайцева Н.А.

Статья посвящена вербальным и невербальным особенностям коммуникативного поведения президента Франции Эмманюэля Макрона и лидера партии «Национальный фронт» Марин Ле Пен. В статье изучены транскрипты речей политиков, выявлены основные особенности речевого поведения Макрона и Ле Пен в публичных выступлениях.

Ключевые слова: коммуникативное поведение, политический дискурс, гендерная лингвистика.

The article describes verbal and nonverbal features of communicative behaviour of the French President Emmanuel Macron and the leader of the National Front party Marine Le Pen. The article presents the analysis of a speech corpus of two politicians and identifies the main features of their communicative behaviour in public speaking.

Key words: communicative behaviour, political discourse, gender linguistics.

В последние десятилетия гендерные исследования приобретают все большую популярность в России. Появившись на стыке лингвистики, социологии и гендерологии, гендерная лингвистика обрела свое место среди социолингвистических наук. Объектом гендерной лингвистики является язык и коммуникативное поведение, изучаемые через призму гендерно-специфичных особенностей. Исследования в рамках этой науки основаны, в основном, на стереотипных представлениях о мужских и женских характеристиках, гендерно-обусловленном поведении, функционировании в языке категории рода и других фактах взаимосвязи языка и гендерных проявлений в языке.

На сегодняшний день гендерные исследования активно ведутся по всему миру, существует множество трудов, направленных на изучение гендерных проявлений в языке. В процессе нашего исследования мы руководствовались трудами таких ученых-социологов и лингвистов, как: А.В. Кириллина, Л. Пуш, Р. Венске, А. Хорншейдт, О.Л. Каменская, Е.И. Горошко, В.В. Попова, В. Сапиро и других.

Мышление и язык неразрывно связаны, язык является отражением индивидуальных качеств и личностных характеристик человека, он является таким же инструментом самовыражения, как поведение, внешний вид и образ жизни. В современном обществе ученые все чаще задаются вопросами и посвящают ис-

следования выражению гендерных проявлений в поведении и речи людей. Исследования, посвященные гендерным различиям индивидуумов, имеют место в разнообразных науках, а также в областях знаний, сформированных на стыке наук. Наиболее активно эти явления изучаются в социологии, психологии, философии, политологии и лингвистике.

Политический дискурс представляет обширное поле для изучения проявлений гендерных особенностей в языке в силу того, что исторически политическая сфера жизни была исключительно сферой деятельности мужчин. Положение изменилось лишь тогда, когда в начале XIX в. суфражистки добились права голоса для женщин в Европе. Со временем женщины стали выполнять все более важные роли на политической арене, соответственно, изменения вошли и в политический дискурс, включая появление и распространение феминитивов. Со стремлением общества, а в особенности западного общества, к гендерному равенству, цель проявления политкорректности во всех сферах жизни стала особенно явной.

Вместе с этим стало проводиться все больше исследований гендерной специфики политического дискурса. Американский политический психолог Вирджиния Сапиро заявляет, что результаты исследований, проведенных в данной области, говорят по большей части о том, что гендерные проявления в речи зачастую являются показателями большей влиятельности мужчин, а не женщин, и являются свидетельством гендерной асимметрии в речи.

В данной статье мы уделяем наибольшее внимание коммуникативным проявлениям различий в мышлении мужчин и женщин путем анализа корреляции между характерными особенностями коммуникативного поведения и полом говорящего в условиях политического дискурса. Мы сравнили коммуникативное поведение двух политических деятелей современной Франции разного пола, так как эти политические оппоненты являются ярким примером противостояния на политической арене, при этом интересно также то, что эти два политических деятеля, в целом, не являются примером ярко выраженного стереотипного феминного и маскулинного речевого поведения.

Материалом для исследования, результаты которого приведены в данной статье, послужили речи действующего президента Франции Эммануэля Макрона и его политического оппонента, лидера политической партии «Национальный фронт» Марин Ле Пен. Всего в поле нашего зрения попали речи этих двух политических деятелей общим объемом около 12 000 слов.

Что касается президента Франции, он часто обращается к использованию различных экспрессивных средств с целью выразить радость или веру в светлое будущее. Чаще всего он воздействует на избирателей, не критикуя оппонентов и существующий порядок, а делая позитивное смысловое ударение на его собственной деятельности, деятельности его партии и ее программе. С выражения благодарности начинается практически каждая речь французского президента:

“Merci en tout cas, Monsieur le Premier Ministre, Cher Alexis, merci à vous, Mesdames et Messieurs, de m’accueillir en ce lieu, de m’accueillir aujourd’hui où je veux avoir...” (Discours du Président de la République à Athènes, 7 septembre 2017);

В целом можно говорить о доминирующей положительной окраске экспрессивных средств в выступлениях Э.Макрона. Этот вывод следует из широкого

использования позитивной оценочной и нейтральной лексики, обилия анафорических структур, обращений к себе в третьем лице и повторов некоторых ключевых слов. Нужно отметить, что традиционно смягчение речи (soft power) относится к характерным особенностям женского языка, а потому тот факт, что этот стиль речи превалирует в выступлениях французского президента, представляется интересным.

Нужно также отметить, что Эмманюэль Макрон в своих речах, обращениях к избирателям и других выступлениях зачастую придерживается подготовленного текста. При этом абсолютное большинство его выступлений характеризуется приверженностью официальному стилю речи, сдержанной эмоциональностью и общей торжественностью. При этом президент использует длинные предложения со сложным синтаксисом, избегает частых повторений и излишне разговорной стилистики:

“Ce rêve, c’est celui d’une unité voulue, d’une concorde conquise sur les différences et d’une vaste communauté marchant dans la même direction, celle d’une Europe, chère Angela, cher Xavier, unie en son cœur battant que fut, dès cette époque, cette région.” (Discours du président de la République lors de la remise du Prix Charlemagne).

В целом, в своих речах Макрон использует лексику высокого регистра. Что касается невербальной стороны речевого поведения, президент воздерживается от активной жестикуляции, чаще всего сохраняет нейтральное выражение лица, при этом оперирует выразительной интонацией и проявляет эмоции в уместные моменты и акцентирует паузы.

При анализе коммуникативного поведения нельзя также отрицать влияние на речь того коммуникативного эффекта, к которому стремится говорящий. В политическом дискурсе принадлежность к той или иной партии также обуславливает состав целевой аудитории политического действия, а так как главной задачей публичных выступлений является успешная коммуникация с избирателями и оказание на них воздействия, политическая ориентация также может сказываться на выборе речевой стратегии. Эмманюэль Макрон до 8 мая 2017 года являлся лидером социал-либеральной партии La République en Marche. Его президентская кампания сочетала элементы как левой, так и правой ориентации, склоняясь к центристским положениям. Деятельность Э. Макрона также критиковалась как в радикально левой, так и в радикально правой средах, таким образом, большинство сторонников французского президента также склонны к центристским взглядам, но при этом обозначено это недостаточно четко, избирателями данной партии в большинстве своем являются либерально настроенные люди, молодежь. Таким образом, круг избирателей достаточно широк и не предполагает определенных ожиданий касательно стилистической выразительности.

Таким образом, мы видим, что стиль речи Эмманюэля Макрона с точки зрения гендерологии, нельзя отнести к выражено маскулинному, примерами носителей которого можно назвать Дональда Трампа, Жан-Мари Ле Пена. Его коммуникативное поведение больше соответствует характеристикам сдержанно-феминного стиля, носителем которого является, например, Елизавета II.

Марин Ле Пен с 2011 года возглавляет политическую партию «Национальный фронт», основанную ее отцом, она также участвовала в выборах на пост пре-

зидента Франции в 2017 году и заняла второе место во втором туре, проиграв Эмманюэлю Макрону. Национальный фронт является консервативной националистической партией, основанной отцом Марин Ле Пен.

В своих выступлениях Ле Пен так же, как и Макрон, часто обращается к использованию разнообразных экспрессивно-выразительных средств, а также цитат, например,

«...mais aussi sur la terre natale de Verlaine, poète maudit, qui trouva, avec la lumière spirituelle, les mots simples pour clamer : « l'amour de la Patrie est le premier amour ... C'est un feu qui s'allume alors que luit le jour »». (Discours de la Présidente du Front national à l'occasion du banquet patriotique et populaire qui s'est tenu à Paris le 1er mai 2016).

Обильное присутствие в языке экспрессивно-выразительных средств принято относить к чертам феминного стиля речи.

Ле Пен дает как позитивную оценку деятельности собственной партии, так и критикует партии оппонентов. При этом она зачастую пользуется подготовленным текстом речи, как и Макрон, но направляет усилия на поддержание как можно более явного контакта с аудиторией, для чего использует такие невербальные средства, как зрительный контакт, изменение интонации, обращения к аудитории и активную жестикуляцию. В целом ее публичные выступления можно охарактеризовать как высокоэмоциональные. Подобное коммуникативное поведение чаще характеризуется как более маскулинное, нежели феминное.

Марин Ле Пен, так же, как и президент Макрон, использует в своей речи преимущественно слова высокого регистра, а также длинные распространенные предложения со сложными грамматическими конструкциями, что иллюстрирует следующий пример:

«Ne vous y trompez pas les amis, l'Union européenne, en faillite, rejetée par les peuples, continue malgré les revers et les échecs d'avancer inexorablement : elle se veut et elle se vit quasiment comme un Etat unitaire avec des provinces, c'est-à-dire nos pays, qui finissent par avoir moins de pouvoir que les Etats fédérés américains : ni les référendums français, hollandais ou irlandais, ni le Brexit qui sont autant de clignotants rouges sur le passage du train fou de l'Union européenne, ni le précipice vers lequel elle nous mène n'ont suscité la moindre remise en cause.» (Discours de la Présidente du Front national à l'occasion du banquet patriotique et populaire qui s'est tenu à Paris le 1er mai 2016).

Эта черта речи в данном случае проистекает из условий коммуникации и определена рамками политического дискурса и официально-делового стиля. В целом же коммуникативное поведение Марин Ле Пен нельзя характеризовать как выражено феминное, более того, высокая эмоциональность и использование невербальных средств позволяет сделать вывод о том, что в ее речи активно проявляются и маскулинные черты.

Таким образом, главными отличиями в коммуникативном поведении этих двух политических деятелей является использование невербальных средств для создания эмоционального акцента, что более свойственно речам Марин Ле Пен. Президент Макрон же чаще придерживается сдержанности в проявлении эмоций, что в целом соответствует маскулинному типу поведения, если речь идет об

эмоциях, не включающих агрессию, проявления собственной силы, оказывания давления и т.п. Причина этому отличию может лежать также и в разных отношениях между политическим деятелем и его аудиторией, в случае Марин Ле Пен, национализм «Народного фронта» может способствовать установлению более тесных взаимоотношений между главой и избирателем, свою роль здесь может также играть и темперамент говорящего, при этом как дочь, так и отец Ле Пен известны высокой эмоциональностью и горячим темпераментом. В целом же, мы можем сделать вывод о том, что коммуникативное поведение как Эмманюэля Макрона, так и Марин Ле Пен не может быть охарактеризовано как выражено маскулинное и выражено, о феминное, в их стилях речи присутствуют элементы, свойственные обоим гендерам, при этом как президент Макрон, так и Марин Ле Пен придерживаются в целом нейтрального или официального стиля речи, из чего мы можем сделать вывод, что их речевое поведение обусловлено, в первую очередь, их собственным темпераментом, а не стилем, который регламентирует их выступления.

Результаты, представленные в настоящей статье, позволяют сделать выводы о данном аспекте гендерных проявлений в речи Эмманюэля Макрона и Марин Ле Пен и могут быть полезны при изучении других гендерных показателей речи этих двух политических деятелей. Полученные результаты также могут быть использованы при проведении дальнейших гендерных исследований политического дискурса.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Брандт Г.А.* Природа женщины / Г.А. Брандт. – Екатеринбург: УралНАУКА, 1999. – 236 с.
2. *Воронина О.А.* Основы гендерной теории и методологии / О.А. Воронина // Материалы Международной конференции «Гендерное образование». – Бухара, 2003. – С.72–80.
2. *Горошко Е.И.* Языковое сознание: Гендерная парадигма / Е.И. Горошко – Харьков: «ИНЖЭК», 2003. – 212 с.
4. *Кирилина А.В.* Гендерные исследования в отечественной лингвистике: Проблемы, связанные с бурным развитием / А.В. Кирилина // Доклады Второй международной конференции «Гендер: язык, культура, коммуникация. – М.: МГЛУ, 2002. – С.5–12.
5. *Лакофф Р.* Язык и место женщины / Р. Лакофф // Введение в гендерные исследования. Ч.II: Хрестоматия. – Харьков: ХЦГИ, 2001. – С.784–798.
6. l'intégralité du discours d'Emmanuel Macron du 16 mars 2020. – URL: <https://www.parismatch.com/Actu/Politique/Document-l-integralite-du-discours-d-Emmanuel-Macron-du-16-mars-2020-1678998> (дата обращения: 04.03.2020).
7. Metz – Discours de Marine Le Pen – URL : <https://rassemblementnational.fr/discours/metz-discours-de-marine-le-pen-1er-mai/> (дата обращения: 04.03.2020).

СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ИДИОМ МОРСКОЙ ТЕМАТИКИ В АНГЛИЙСКОМ И ИТАЛЬЯНСКОМ ЯЗЫКАХ (КОРПУСНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ)

*Макуха Р.В.
Гизатова Г.К.*

Статья посвящена сопоставительному анализу английских и итальянских идиом морской тематики на основе корпусного исследования. В статье предложена классификация идиом на примере 120 единиц английского языка и 100 единиц итальянского языка, отобранных из лексикографических источников.

Ключевые слова: идиома, морская тематика, классификация, сопоставительный анализ, корпусное исследование.

The article offers a comparative analysis of nautical idioms of English and Italian languages based on corpus data. The article presents a classification of 120 English and 100 Italian idioms selected from lexicographic sources.

Key words: idiom, nautical, classification, comparative analysis, corpus analysis.

Идиома является центральной частью фразеологии. В нашем исследовании под идиомами мы понимаем нерегулярные выражения, значение компонентов которых, полностью или частично переосмыслено. В работе идиома и фразеологическая единица (ФЕ) являются синонимичными, взаимозаменяемыми единицами языка. Их изучение всегда актуально, поскольку они выполняют различные функции в языке: коммуникативную, оценочную, образную, отражают традиции народа, культурные реалии, историю. Следует отметить, что именно наличие такого пласта, как фразеология, делает каждый язык уникальным. Источником многих таких выражений является художественная литература, античная мифология и легенды древнего мира, цитаты известных личностей и т.д. Ярко выраженные самобытность народа, его история, обычаи и культура отражены в идиомах морской тематики, поэтому изучение данного пласта лексики поможет глубже понять менталитет носителей английского и итальянского языков, и может оказать неоценимую помощь в переводческой деятельности.

Следует отметить, что большой вклад в изучение идиоматики различных языков внесли В.В. Виноградов, А.В. Кунин, А.И. Алехина, А.Г. Назарян, В.Н. Телия, Д.О. Добровольский, Ш. Балли и другие ученые [1-3;5-7]. Однако изучению идиом морской тематики не было уделено пристального внимания.

Объектом исследования являются идиомы морской тематики в английском и итальянском языках. В статье рассматриваются исторические, социальные и культурные особенности, которые повлияли на появление идиом семантического поля «море».

Цель исследования заключается в раскрытии семантических свойств идиом морской тематики на материале данных английского и итальянского корпусов: British National Corpus (BNC) и Italian Web 2016 (itTenTen16).

В исследовании применялись методы семантического и корпусного анализа. Материалом исследования являются идиомы морской тематики из фразеологических словарей, а также контексты их употребления, полученные из корпусов British National Corpus, Italian Web 2016.

У Италии и Англии богатая мореплавательная история. Италия – страна, которая окружена морями с трех сторон, а Великобритания занимает островное положение. Поэтому неудивительно, что жители двух государств активно занимались и развивали мореплавание, кораблестроение и рыболовство. По словам О.А. Корнилова, «на становление и самоидентификацию народа, на физиологию, психологию и, конечно, историческую судьбу этносов огромное влияние оказала географическая среда, та «единственность» мира, точка пространственно-временного континуума, которая оказалась в поле восприятия индивидуумов» [4, с. 145]. Географическая среда сыграла немалую роль в формировании менталитета народов.

Жизнь моряков никогда не была легкой, что и отразилось как во фразеологии итальянского, так и английского языков. В результате исследования 220 ФЕ мы выделили три семантических поля:

1. Трудности (находиться в тяжелом положении / без денег).
2. Надежда на выход из трудной ситуации.
3. Бездействие.

1. Рассмотрим идиомы первого семантического поля «Трудности».

1) Итал. **essere in cattive acque**, букв. «быть в плохой воде» – англ. **to be in deep waters/water**, букв. «быть в глубокой воде», в значении *быть в затруднительном положении*.

В сценарии «находиться в тяжелом положении» выделяются компоненты *cattive, deep, acque, waters*. Тяжелое положение осмысливается как нахождение в плохой воде.

В итальянском корпусе мы нашли контекст, в котором возможна вариация формы итальянской идиомы с глаголом *navigare*: глагол *essere* может варьироваться глаголом *navigare* без изменения значения идиомы, как видно из следующих примеров из корпуса.

Il Kirghizistan **naviga in cattive acque** : la sua economia è in gravi difficoltà e questo alimenta l'estremismo islamico (itTenTen16). Кыргызстан *находится в затруднительном положении*: экономика в упадке, и это подпитывает исламский экстремизм (перевод наш – Р.М.).

Si, perché in generale anche se, a giudicare dalle cifre, il mercato della musica **naviga in cattive acque**, è anche vero che non si è mai ascoltata, consumata, prodotta, distribuita così tanta musica da quando esiste il mondo (itTenTen16). Да, даже если в целом, судя по цифрам, рынок музыки и *находится в затруднительном положении*, так же верно, что еще никогда раньше не слушали, потребляли, производили, распространяли столько музыки (перевод наш – Р.М.).

В British National Corpus нашлось 6 примеров использования данной идиомы с компонентом *water* и только один пример с *waters*, что говорит о более частом употреблении варианта **to be in deep water**. Следовательно, при оформлении словарной статьи идиома **to be in deep water** будет базовой единицей, а ее вариантом будет **to be in deep waters**.

Приведем примеры использования этой идиомы в обоих вариантах в аутентичных контекстах Британского национального корпуса:

Suddenly Sophie found *she was in deep water*. She had no wish to praise up Robert's practice, but, having already told Mr Miller so much of her ambitions and the problems she faced, it would be foolish to appear evasive (BNC). И внезапно Софи поняла, *что у нее проблемы*. Она не хотела хвалить практику Роберта, но, уже рассказав господину Миллеру так много о своих амбициях и проблемах, с которыми она столкнулась, было бы глупо казаться увилистой (перевод наш – Р.М.).

We *are* here already *in deep waters*, for what needs to be decided is just what sort of existential claims can be significantly made (BNC). Мы уже *в тяжелом положении*, поэтому нужно решить, какие именно жизненно важные заявления могут быть сделаны в значительной степени (перевод наш – Р.М.).

Рассмотрим еще одну пару идиом семантического поля «Трудности», имеющих эквивалентное значение в английском и итальянском языках.

2) Итал. *navigare in acque basse*, букв. «плавать в мелководье» – англ. *to be in low water*, букв. «быть в мелководье», в значении *сидеть на мели, быть в затруднительном положении, оказаться без средств*.

Сценарий «быть на мели» описывается посредством сравнения нахождения объекта близко к берегу: чем ближе берег или мелководье, тем труднее проплыть кораблю. Значение передается при помощи лексических компонентов *acque basse* и *low water*.

Negli ultimi tempi, il colosso innovatore Facebook , *sta navigando in acque basse* e rischia d'incagliarsi, tralasciando il crollo in borsa, quello che preoccupa è l'approccio degli utenti "pro" che sono arrivati tendenzialmente alla noia fisiologica, quel fenomeno che bene o male colpisce tutte le piattaforme, applicazioni, videogiochi e fenomeni web (itTenTen16). В последнее время инноватор Facebook *в затруднительном положении* и, вероятно, застрянет, из-за коллапса на фондовом рынке, что беспокоит, так это подход «про» пользователей, склонных к физиологической скуке, явление, которое хорошо или плохо влияет на все платформы, приложения, видеоигры и веб-явления (перевод наш – Р.М.)

В следующем примере мы видим, что автор решил уточнить, какие именно были трудности, используя наречие *financially*.

Harrods *was in low water* financially when Hugh Fraser, a Scottish draper, made his take-over (BNC). У универмага Хэрродс *были финансовые трудности*, когда Хью Фрейзер, шотландский бизнесмен, купил его.

В контекстах обе идиомы употребляются в значении «находиться в тяжелом положении, без денег». Общим для данных идиом являются сравнение с водой (морем) и ее качеством (глубокая, плохая), что сравнивается с неблагоприятной ситуацией.

Во втором семантическом поле «Надежда на выход из трудной ситуации» возможность справиться с трудностями сравнивается с надеждой людей на спасение, на что-то лучшее. Рассмотрим примеры.

1) Итал. *porto di salute (di salvamento)*, букв. «порт здоровья/спасения» – англ. *sheet anchor*, букв. «запасный якорь», в значении *средство спасения, якорь спасения*.

В сценарии «последнее средство спасения, последняя надежда» выделяются компоненты *porto, salute, anchor*. Причем в английском языке надежда на спасение ассоциируется с якорем: еще в 15 веке становой якорь находился на корабле в качестве запасного и использовался в случае крайней необходимости.

Анализ корпуса итальянского языка (itTenTen16), позволил сделать вывод, что итальянская идиома употребляется чаще в религиозном контексте.

Io ti saluto, Vergine bella, Maria Immacolata, Madre di Dio e Madre nostra, Regina dell'universo, piena di grazia, Aiuto dei Cristiani, propizia Stella, **porto di salute** (itTenTen16). Я приветствую тебя, дева прекрасная, Непорочная Мария, Матерь Божия и Матерь наша, Царица вселенной, полная благодати, помощь христиан, благодатная Звезда, *последняя надежда* (перевод наш – Р.М.).

Salvando questOrfanotrofio voi salvate non solamente queste orfane che qui vedete, ma molte e molte altre, che nell'avvenire sostituiranno quelle presenti: voi preparate la salvezza delle figlie del vostro popolo, delle future orfanelle oritane, che troveranno qui sempre un luogo di rifugio, un **porto di salute** (itTenTen16). Спасая этот мир, вы спасаете не только этих сирот, которых вы видите здесь, но и многих других, которые в будущем заменят нынешнее поколение: вы готовите спасение дочерей вашего народа, будущих сирот оритан, которые всегда найдут здесь убежище, *последнюю надежду* (перевод наш – Р.М.).

Также был найден контекст, в котором идиома в английском языке употреблялась в значении *надежный человек*.

The Queen, however, was notably warm towards Lee in her speeches, describing him as one of the Commonwealth's "sturdiest **sheet anchors**, prudent in counsel and wise in judgment" (BNC). Королева, однако, была особенно тепло настроена по отношению к Ли в своих речах, описывая его как одного из «самых *надежных людей* в Содружестве, благоразумного в советах и мудрого в суждениях» (перевод наш – Р.М.).

Третье семантическое поле «Бездействие» представлено ФЕ английского и итальянского языков, употребляемых в значении *ничего не делать, бросать на произвол судьбы*.

1) Итал. **andare alla deriva**, букв. «идти по течению» – англ. **to turn adrift**, букв. «пустить по течению или по ветру», в значении *бросить на произвол судьбы, покинуть, оставить*.

В сценарии «оставить, никак не влиять на ситуацию» выделяются компоненты *deriva, adrift*. Этот сценарий осмысливается как оставление корабля без управления, позволяя ему плыть по течению.

Анализ корпуса (itTenTen16) позволил выявить, что идиома используется в политических текстах, в следующих значениях: *остаться без управления, не существовать*.

Sotto l'egida di uomini persuasi in buona fede che il paese **andrebbe alla deriva** se essi non fossero pronti a salvarlo, agricoltori incapaci a produrre economicamente il grano ed industriali impotenti a rinnovare i loro impianti chiedono allo stato prezzi di favore, sussidi e concorsi niente affatto necessari alla ricostruzione (itTenTen16). Под эгидой людей, добросовестно убежденных в том, что страна *не сможет существовать*, если они не будут готовы спасти ее, фермеры, неспособные экономически производить зерно, и промышленники, бессильные возобновить работу

своих заводов, требуют от государства льготных цен, субсидий и конкурсов на государственный подряд, которые совершенно не нужны для восстановления (перевод наш – Р.М.).

Hakim incolpa tanto Bush come Clinton di aver permesso questi progressi democratici, di aver permesso “che la politica degli USA nei confronti dell’America Latina *vada alla deriva* senza alcuna forza né direzione (itTenTen16). Хаким обвиняет Буша и Клинтона, в том, что они позволили «демократической» политике вмешательства США в дела Латинской Америки *оставить ее без управления*» (перевод наш – Р.М.).

Анализ корпуса английского языка, позволил прийти к выводу о том, что данная идиома не распространена в английском языке. Частотность употребления этой ФЕ составляет 0.01 из 96 млн. словоупотреблений английского корпуса (BNC): **FE to turn adrift** употребляется 1 раз, что является редким показателем употребления идиом в любом языке.

And they would see themselves as the Babes in the Wood, or Cinderella, or young princes more lovely than the morning, *turned adrift* on the world to seek their fortunes, while vulgar and ugly cuckoos slept in their beds and drank the top of the milk. И им казалось, что они персонажи сказок «Чада в лесу» и «Золушки», или же юные принцессы прекраснее, чем само утро, что в мире *только они* в поисках счастья, а злые ведьмы спят в своих постелях и попивают пенку молока (перевод наш – Р.М.).

В результате анализа ФЕ морской тематики в английском и итальянском языках была проведена их классификация по семантическому признаку. Было выявлено три семантических поля и внутри каждого из них – свои группы. Анализ аутентичных контекстов итальянского и английского корпусов позволил выявить неожиданные семантические свойства ФЕ, в частности, варианты идиом обоих языков, ранее не зафиксированные в традиционных словарях. Исследование аутентичного эмпирического материала корпусов позволило определить частотность употребления тех или иных единиц обоих языков, что представляет собой важный вклад в лексикографическую практику исследуемых языков.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Алехина А.И.* Фразеологические единицы и слово. К исследованию фразеологической системы / А.И. Алехина. – Минск: Изд. ЕГУ, 1979. – 152 с.
2. *Виноградов В.В.* Основные понятия русской фразеологии как лингвистической дисциплины. Избранные труды: Лексикология и Лексикография / В.В. Виноградов. – М.: 1977. – С.121.
3. *Добровольский Д.О.* Национально-культурная специфика во фразеологии (I) / Д.О. Добровольский. – М.: ВЯ, 1998. – № 6. – С.48–56.
4. *Корнилов О.А.* Языковые картины мира как производные национальных менталитетов / О. А. Корнилов. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: ЧеРо, 2003. – 349 с.
5. *Кунин А.В.* Курс фразеологии современного английского языка / А.В. Кунин. – М.: Высш. Шк, 1996. – 380 с.
6. *Назарян А.Г.* Фразеология современного французского языка / А.Г. Назарян. – М.: Издательство «Высшая школа», 1976. – 308 с.
7. *Телия В.Н.* Фразеология в контексте культуры / В.Н. Телия. – М.: «Языки русской культуры», 1999. – 336 с.

ВЛИЯНИЕ МИГРАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ НА ПОЯВЛЕНИЕ НОВЫХ ЛЕКСИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ В НЕМЕЦКОМ ЯЗЫКЕ

*Маршова А.А.
Юсупова Л.Г.*

Статья посвящена группе новых языковых единиц немецкого языка, связанных с миграционными процессами в Европе. В статье предложены варианты классификации 52 слов и словосочетаний, отобранных из публицистических текстов.

Ключевые слова: лингвистика, немецкий язык, новые языковые единицы, классификация, экстралингвистические факторы, миграция в Европе.

The article describes the new lexical units of the German language used when discussing migration processes in Europe. The article presents classification variants of the studied units exemplified by 52 words and collocations selected from newspaper and magazine articles.

Key words: linguistics, the German language, new lexical units, classification, extralinguistic factors, migration in Europe.

Язык – это исторический музей, а слова в нем – экспонаты различных эпох. Одна из интереснейших и не перестающих быть актуальными тем в лингвистике – это исследование новых языковых единиц в языке и причины их появления. М. А. Кронгауз, советский и российский лингвист, писал: «[Новые в языке] слова появляются по отдельности, группами, а иногда очень большими группами. Последнее – самое интересное, поскольку речь в этом случае идет о значительном изменении среды, о некоей волне изменений, накрывающей наше общество» [1, с. 69]. В рамках проведенного исследования об изменениях в лексическом и грамматическом составе немецкого языка под влиянием миграционных процессов в Европе нами была предпринята попытка рассмотреть, а также классифицировать языковые единицы в немецком языке, появившиеся в связи с миграционной ситуацией в Германии.

Прежде чем начать разговор о ключевых словах данной эпохи, выделим основные миграционные волны, которые являются причиной многонационального населения страны.

По статистическим данным в 2017 г. в Германии проживало около 20 миллионов человек с миграционным прошлым, что составляет одну четвертую от 80 миллионного населения страны. При этом почти 70% людей с миграционным прошлым – это мигранты в первом поколении. Самыми крупными миграционными группами являются мигранты из Турции, Польши и Сирии [5].

Стоит отметить, что известны примеры миграции и до крупнейшей волны мигрантов в 60 годы прошлого столетия. Например, с 1850-х годов в Германию, а именно в Рурскую область, переселялись рабочие мигранты из Польши,

в 1920-х годах в столице Германии проживало около 300 тысяч россиян, с 1960 по 1970 гг. в Германию переехали почти 20000 рабочих эмигрантов из Кореи [3].

На то, что сейчас самой крупной диаспорой мигрантов в Германии являются турки, повлияли международные соглашения Германии по привлечению иностранных рабочих в 1960 годы.

Наряду с рабочей миграцией, следует отметить волны миграции, связанные с поиском политического убежища. По данной статье, начиная с 1985 года в Германию ежегодно подавали около 70000 таких заявлений [15]. После начала войны в Югославии в конце прошлого века более чем 1 млн людей было предоставлено убежище в Германии.

Миграционный кризис 2015 г., а также осложнение отношений Европейского союза и Турецкой Республики в конце февраля 2020 г. в перспективе также повлияют на языковую ситуацию в Европе и Германии.

Не малый процент мигрантов переселяется из Восточной Европы и России по статье «поздние переселенцы». В сумме с 1991 г. по 2006 г. в Германию по данной статье переселись 1,9 миллиона человек из стран бывшего Советского Союза [3]. Что касается русских переселенцев, то их число составляет примерно 2,5 миллиона человек, ежегодно к ним присоединяются около 6000 человек [5].

Ниже приведена цитата немецкого лингвиста У. Хинрикса, которая, на наш взгляд, наиболее точно описывает многонациональное население ФРГ: «Ни одному человеку, который сознательно идет по немецкому городу, не избежать этого. Мы покупаем булочки у пекаря-турка, по поводу услуг мобильного оператора O2 мы советуемся с консультантом из Туниса, маникюр нам делает русская девушка, мы едим индийскую еду и злимся на албанца, обывравшего нас в наперстки. И все равно, языковая пропасть между обычным гражданином и иностранным языком, который часто остается недосягаемым, имеет место быть: никто не сможет абсолютно точно определить, какой язык он слышит в метро, кафе или за углом» [2].

Параллельно с возрастающим числом мигрантов возрастает количество новых обозначений для них и немцев, как противоположной группы населения, а также слов, значение которых со временем изменилось. К рассмотрению привлеклись понятия, относящиеся к разным категориям приезжих и к местному населению. Они были классифицированы по следующим параметрам: источник, тип словообразования и эмоциональная окраска слов. Выборка слов была произведена из таких немецких газет, журналов и информационных порталов, как *Die Zeit* [10], *Süddeutsche Zeitung* [17], *Frankfurter Allgemeine Zeitung* [12], *Die Welt* [11], *Der Tagesspiegel* [8], *Deutsche Welle* [9], а также из глоссария объединения журналистов Германии *Neue Medienmacher*innen* [14]. В результате было проанализировано 52 слова и словосочетания.

Нет сомнения в том, что Германия – страна мигрантов, однако как именно можно называть местное население и приезжих не перестает быть актуальной темой обсуждения у лингвистов и журналистов. Со временем слова, которые ранее были привычными (например, **Ausländer**, **Gastarbeiter**, **Flüchtling**), обрели негативную окраску и им активно подыскивается замена. Журналистам, ученым, политикам, медийным личностям часто приходится обращаться к глоссариям при описании явлений, связанных с миграцией.

Например, Федеральное ведомство по делам миграции и беженцев (нем. Bundesamt für Migration und Flüchtlinge, BAMF) разработало и опубликовало глоссарий, включающий в себя все необходимые термины, с которыми приходится сталкиваться мигрантам и беженцам. Соответственно, большая часть терминов обозначает институты, названия курсов, экзаменов, а также процессов, из которых состоит интеграция. Было найдено лишь три слова, обозначающие людей: **Ausländer** *иностранец*, **Person mit Migrationshintergrund** *человек с миграционным прошлым*, **Spätaussiedler** *поздний переселенец* [6]. При этом слово **Ausländer** (согласно 1 абзацу 116 статьи Конституции ФРГ, все лица, не обладающие немецким гражданством) признается нежелательным для употребления по отношению к лицам, уже живущим в Германии, в связи с этим предлагается заменять данное слово понятиями **ausländischer Mitbürger** *иностранный согражданин* или **Migrant** *мигрант* [4].

Так, в отредактированной версии закона о гражданстве с 2000 г. слово **Ausländer** было заменено словами **Mensch mit Migrationshintergrund** *человек с миграционным прошлым* и **Migrant**.

Возвращаясь к вопросу об ухудшении лексического значения слова, заметим, что также согласно немецкому орфографическому словарю Duden привычное слово **Flüchtling** *беженец* со временем приобрело иное значение, а именно из-за суффикса **ling**. Слова с этим суффиксом описывают черты характера людей и часто имеют отрицательное значение (например, **Der Feigling** *трус*) [7].

С темой политкорректности чаще всего сталкиваются журналисты. Немецкое сообщество журналистов и все, чья профессия связана с областью деятельности средств массовой информации, «*Neue Medienmacher*innen*», образованное в 2008 г., включающее в себя 1250 членов и специализирующееся на организации социально-важных проектов, не осталось в стороне и в 2014 г. организовало семинар с целью поиска политически корректных обозначений мигрантов. Участниками семинара стали журналисты, политики, ученые, а также активисты, имеющие отношения к миграционному сообществу. В рамках данного семинара были предложены следующие слова и выражения: **Diverskulturelle** *представитель различных культур*, **Interkulturelle** *представитель различных культур*, **Menschen mit internationaler Geschichte** *человек с интернациональной историей*, **Menschen mit Einwanderungsgeschichte** *человек с миграционной историей*.

Также впоследствии ими был создан проект «Glossar», который представляет собой толковый словарь с современными терминами, разделенными на 8 тем: **Wer sind wir** *Кто такие мы*, **wer sind die anderen** *кто такие «другие»*; **Migration** *миграция*; **Kriminalitätsberichterstattung** *криминальные репортажи*; **Musliminnen und Muslime** *мусульмане*; **Jüdinnen und Juden** *евреи*; **Sinti, Sintize, Romnja und Roma** *цыгане*; **Flucht und Asyl** *бегство и убежище*; **Rechtspopulismus, Rechtsradikale und –extreme** *правый популизм и правые экстремисты*. Данный глоссарий служит помощью журналистам в Германии и помогает использовать термины не только правильно, но и политически корректно. Список терминов и определений к ним был составлен специалистами и регулярно обновляется.

Далее подробнее остановимся на классификации найденных слов и словосочетаний. Во-первых, проанализированы способы словообразования.

Таблица 1

Обозначение мигрантов и немцев: способы словообразования



Данные, изложенные в таблице 1, помогают сделать следующие выводы. Словообразовательные возможности немецкого языка позволяют передать смысл емкими словами и избавляют от необходимости использовать длинные словосочетания. Самым продуктивным типом словообразования является морфологический способ, а именно – словосложение (нем. das Kompositum). Например, **Arbeitseinwanderer** [мигрант с целью устройства на работу], **Armutsflüchtlinge** [беженец из-за экономических побуждений], **Asylbewerber** [соискатель убежища], **Biodeutsche** [биографический немец] и др. Под синтаксическим способом словообразования подразумевается процесс создания обозначений путем образования словосочетаний. Следует подчеркнуть, что генитив (**Menschen nichtdeutscher Herkunftssprache** [люди не с родным немецким языком]) употребляется в разы реже, чем словосочетания с союзом (**Ausländer mit deutschem Pass** [иностранцы с немецким паспортом]) или же существительные с прилагательным или причастием (**Ausländische Mitbürger** [иностранцы сограждане], **geschützte Personen** [люди под защитой]).

Кроме этого представляют интерес источники новых слов:

- ученые (Ursula Boos-Nünning, профессор педагогики, автор слова **Person mit Migrationshintergrund** человек с миграционным прошлым; Paul Mecheril, профессор педагогики, автор слов **Migrationsandere** противоположное местному населению понятие, **Standarddeutsche** стандартные немцы);
- законодательные акты (**Spätaussiedler** поздние переселенцы стало использоваться после публикации закона «Закона о делах перемещённых лиц и беженцев», принятого в 1953 г.);
- политики (благодаря Cem Özdemir, политику партии Die Grünen, слово **Biodeutsche (Biografisch-Deutsche)** вошло в обиход, а также слово **Passdeutsche** распространилось благодаря деятельности партии NDP);
- журналисты (например, немецкое сообщество журналистов, на глоссарий которых ориентируются другие журналисты, ученые, политики и публичные личности).

Также в ходе работы была предпринята попытка проанализировать эмоциональную окраску найденных слов. Однако выполнить эту задачу не удалось: слова, найденные нами, в отрицательном контексте в одних статьях, в других употреблялись в положительном контексте. Это позволяет заключить, что определить эмоциональную окраску слов в независимости от контекста употребления невозможно, если слово не является языковой нормой и не закреплено в толковом словаре. А так как тема миграции в контексте политической корректности стала актуальной не более чем 10 лет назад, можно говорить лишь об определенных тенденциях в употреблении (например, *Passdeutsche* немец только по паспорту чаще всего употребляется правыми экстремистами, что свидетельствует о негативной окраске) или же анализировать составные слова на предмет наличия слов-компонентов с отрицательным значениям (например, *Asylschmarotzer* беженец-нахлебник).

Вышеизложенное позволяет сделать следующие выводы. Миграционные процессы в Европе спровоцировали появление большой группы новых слов и словосочетаний в немецком языке. Словообразовательные возможности немецкого языка (чаще всего словосложение) позволяют передать смысл емкими словами и избавляют от необходимости использовать длинные словосочетания. Если же приходится прибегнуть к использованию словосочетаний, то в большинстве случаев они будут образованы с помощью союза или же с помощью схемы «прилагательное или причастие + существительное». Данные слова или словосочетания входят в обиход благодаря ученым, политикам, журналистам или же законодательным актам. Нерешенной проблемой остаются определение эмоциональной окраски слов, а вместе с тем единство в вопросе политической корректности употребления отдельных слов.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Кронгауз М.А.* Ключевые слова эпохи / М.А. Кронгауз // Слово.ру: Балтийский акцент. – Калининград: Изд-во РГУ им. И. Канта, 2010. – 321 с.
2. *Hinrichs U.* Multi Kulti Deutsch: Wie Migration die deutsche Sprache verändert / U. Hinrichs. – München, 2013. – 294 S.
3. *Woellert F.* Ungenutzte Potentiale: Zur Lage der Integration in Deutschland / F. Woellert, S. Kröhnert, L. Sippel, R. Klingholz. – Berlin, 2009. – 91 S.
4. Ausländer (Rechtschreibung, Bedeutung, Definition, Herkunft). – URL: <https://www.duden.de/rechtschreibung/Auslaender/> (дата обращения: 10.02.20).
5. Ausländische Bevölkerung nach Staatsangehörigkeit. – URL: <http://www.bpb.de/nachschlagen/zahlen-und-fakten/soziale-situation-in-deutschland/61631/staatsangehoerigkeit/> (дата обращения: 03.09.19).
6. BAMF – Bundesamt für Migration und Flüchtlinge – Glossar. – URL: <https://www.bamf.de/DE/Service/ServiceCenter/Glossar/glossar-node.html/> (дата обращения: 10.02.20).
7. Das Suffix „-ling“. – URL: <https://www.duden.de/sprachwissen/sprachratgeber/Das-Suffix-ling/> (дата обращения: 10.02.20).
8. Der Tagesspiegel. – URL: <https://www.tagesspiegel.de/> (дата обращения: 10.02.20).
9. Deutsche Welle. – URL: <https://www.dw.com/de/themen/s-9077/> (дата обращения: 10.02.20).
10. Die Zeit. – URL: <https://www.zeit.de/index> (дата обращения: 10.02.20).
11. Die Welt. – URL: <https://www.welt.de/> (дата обращения: 10.02.20).

12. Frankfurter Allgemeine Zeitung. – URL: <https://www.faz.net/aktuell/> (дата обращения: 10.02.20).
13. „Merkel hatte zwar Herz, aber keinen Plan“. – URL: <https://www.welt.de/politik/deutschland/plus185994414/Gerhard-Schroeder-Merkel-hatte-zwar-Herz-aber-keinen-Plan.html> (дата обращения: 05.02.20).
14. NdM-Glossar. – URL: <https://www.neuemedienmacher.de/wissen/wording-glossar/> (дата обращения: 10.02.20).
15. *Staadt J.* Flüchtlinge vor 30 Jahren / J. Staadt. – URL: <https://www.faz.net/aktuell/politik/die-gegenwart/fluechtlinge-vor-30-jahren-nach-drueben-13939024.html> (дата обращения: 03.09.19).
16. Staatsangehörigkeitsgesetz (StAG). – URL: <https://www.gesetze-im-internet.de/stag/BjNR005830913.html> (дата обращения: 09.03.20).
17. Süddeutsche Zeitung. – URL: <https://www.sueddeutsche.de/> (дата обращения: 10.02.20).

СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧЕСКИЕ ПАРАМЕТРЫ ЭРГОНИМОВ ЦЕНТРАЛЬНЫХ И ПЕРИФЕРИЙНЫХ УЛИЦ МАДРИДА И КАЗАНИ

*Медведева Д.В.
Исмаилова А.Р.*

Статья посвящена анализу структурно-семантических параметров эргонимов центральных и периферийных улиц Мадрида и Казани. Оба города отличаются культурным многообразием и анализ эргонимов может отобразить социальные процессы и лингвистические предпочтения номинантов, характерные для данных городов.

Ключевые слова: эргонимы, классификация, ономастика, наименования, топонимы, антропонимы, функциональная лексика.

The article is devoted to the analysis of structural and semantic parameters of ergonyms of the central and peripheral streets of Madrid and Kazan. Both cities are culturally diverse, and the analysis of ergonyms can reflect social processes and linguistic preferences of the nominees' characteristic of these cities.

Key words: ergonyms, classification, onomastics, names, toponyms, anthroponyms, functional vocabulary.

С каждым годом происходит все больше экономических и социальных изменений, которые, в свою очередь, приводят к изменениям в языке. Открывается все больше новых коммерческих объектов, магазинов, медицинских учреждений, туристических организаций, развлекательных мест и т.д. Такие расширения привели не только к созданию новых объектов, но и к иностранным заимствованиям в названиях этих объектов.

В эпоху глобализации каждый сталкивается с разнообразием информации на телевидении, радио, в кафе, в библиотеках, в Интернете и на городских улицах.

Названия образовательного или культурного учреждения – это своего рода текст, который состоит из одного слова или комбинации слов.

В своем исследовании мы придерживаемся толкования термина «эргоним», впервые официально упомянутого Н.В. Подольской в 1978 г. в «Словаре русской ономастической терминологии». Он трактуется как разряд онима, собственное имя делового объединения людей, в том числе союза, организации, учреждения, корпорации, предприятия, общества, заведения, кружка (от греч. *Еруон* – дело, труд; деятельность, функция) [2, с.10].

Для изучения лингвистического ландшафта Мадрида были отобраны центральная и периферийная улицы – ул. Гран Виа, ул. Коста Рика соответственно. На рассмотренных улицах Мадрида выявлено 134 эргонима.

Референтами изучаемых эргонимов Мадрида выступают следующие объекты: магазины (41 из 134), объекты общественного питания (35 из 134), объекты сферы услуг (24 из 134), объекты культуры (10 из 134), объекты туристской сферы (9 из 134), медицинские учреждения (8 из 134), образовательные учреждения (5 из 134), объекты досуга и спорта (5 из 134).

На территории Мадрида представлены эргонимы на разных языках: 84 примера на испанском (*Teatro Coliseum, Telefónica Building Mercado de la Reina*), 31 пример на английском (*New Balance, The Grassy Clock and Watch Museum, Orange*), 3 примера на французском (*Lacoste, Yves Rocher, Parfois*), 2 примера на итальянском (*Calzedonia*), 1 пример на португальском (*Quilombo*), 1 пример на немецком (*Loewe*), 1 пример на баскском (*Txapela*), 1 пример на каталанском (*CaixaBank*). При этом доля испанского языка на периферийной улице выше, чем на центральной. По нашему мнению, это связано с явлением глобализации и распространением других европейских языков, особенно в местах большей посещаемости жителями и туристами. Помимо иностранных заимствований в Мадриде представлены случаи графогибридизации (*Medical Center Gran Via 67, Nike Store Gran Via, Madrileña School Decoration*).

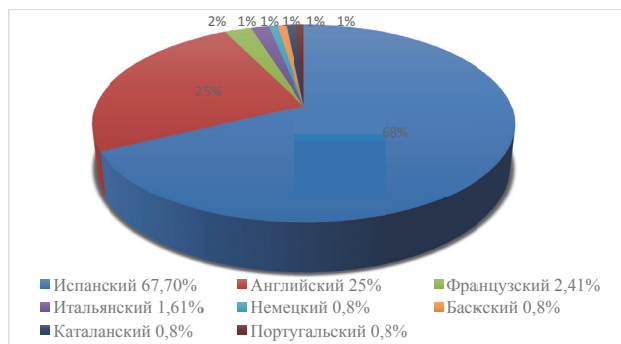


Рис. 1. Классификация эргонимов г. Мадрид по иностранным языкам

Следует отметить, что на территории Мадрида встречались эргонимы с элементом капитализации (14 примеров). Некоторые из них полностью состоят из заглавных букв (3 эргонима), например: *PUNT ROMA* (магазин), *IKURA* (ресторан), *ALE-HOP* (магазин). Большинство из них – наименования коммерческих названий, ведь они обращают на себя внимание потребителей: их видно даже с большого расстояния, это является немаловажным коммерческим фактором.

Часть из капитализированных эргонимов относится к аббревиатурам (10 примеров): *KFC* (ресторан), *H&M* (магазин одежды), *TGB* (бургерная).

Один пример представляет эргоним с капитализацией отдельных литер – *SUMO Fusión Restaurante* (ресторан).

Рассматривая производящие основы эргонимов Мадрида, мы приходим к выводу, что самой многочисленной является функциональная лексика (40 из 134): *Ministry of Justice* (здание суда), *Palacio de la Prensa Cinema* (кинотеатр), *Madrileña School Decoration* (школа дизайна), *Colegio Cumbre* (школа). При этом на периферийной улице процент употребления функциональной лексики намного больше (25 примеров), чем на центральной улице (15 примеров).

Второй самой многочисленной группой являются топонимы (31 из 134): *Hostal Buenos Aires* (хостел), *MuchoMadrid* (хостел), *KFC* (ресторан), *Real Madrid Official Store* (магазин спортивной одежды). Процент употребления топонимов на периферийной и центральной улице почти одинаковый (15 примеров и 16 примеров соответственно).

Также популярно употребление антропонимов (25 из 134), это те наименования, которые непосредственно связаны с известными историческими личностями или с простыми людьми, послужившими открытию заведения: *Farmacia López Vicente* (аптека), *adidas Store* (магазин), *Lacoste* (магазин), *El Jardín de Diana* (бар). Стоит отметить, что процент употребления антропонимов на центральной улице значительно выше (18 примеров), чем на периферийной улице (7 примеров).

Реже употребляется эмотивная лексика (15 из 134), соционимы (10 из 134), нумеронимы (7 из 134). Самыми малочисленными группа являются зоонимы (3 из 134), фитонимы (2 из 134), мифонимы (1 из 134).

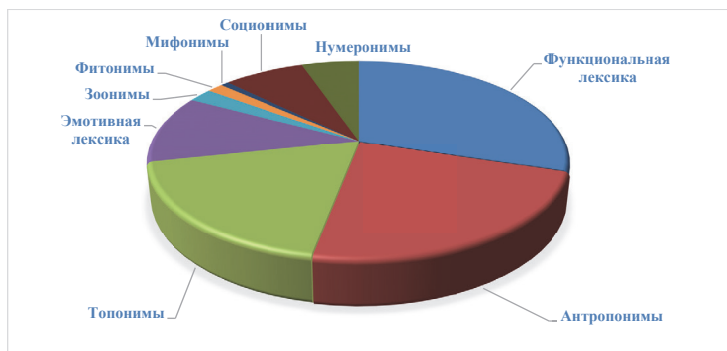


Рис. 2. Классификация эргонимов Мадрида по производящим основам

Для изучения лингвистического ландшафта Казани были отобраны центральная и периферийная улицы – ул. Баумана, ул. Габдуллы Тукая соответственно. На рассмотренных улицах Казани выявлено 139 эргонимов.

Референтами изучаемых эргонимов Казани выступают следующие объекты: магазины (52 из 139), объекты общественного питания (49 из 139), объекты сферы услуг (16 из 139), объекты культуры (9 из 139), объекты туристской сферы (6 из 139), образовательные учреждения (4 из 139), медицинские учреждения (3 из 139).

В Казани встречаются эргонимы не только на государственных языках Республики Татарстан, но и на иностранных языках: английский (29 из 139): *Cinnabon, re:Store, Pioneer London*, итальянский (2 из 139): *Basilico, MaxMara*, испанский (1 из 139): *Cuba libre*. Помимо прямых заимствований иностранных лексических единиц, в эргонимах Казани представлены случаи транслитерации (4 из 139: *PAVLOV studio, Skuratov coffee, Regina*) и графогибридизации (9 из 139: *EF курсы английского, СПБ Самый правильный бар, МампеSHка*).

В лингвистическом ландшафте Казани можно встретить примеры капитализации при номинации объектов (11 эргонимов): *KFC, PAVLOV, СПБ, SPORT* и т.д.

В нашем исследовании мы можем прийти к выводу, что в языке города иногда встречаются так называемая ретро-номинация, или использование дореформенной кириллицы. Согласно Ф.Ф. Алистановой, ретро-номинация – это активное использование устаревшего написания лексики, куда исследователи относят эргонимы, образованные от историзмов, архаизмов, советизмов [1, с. 56]. Для нас представляют интерес случаи разного рода обыгрывания кириллицы. Одним из способов является употребление в наименованиях буквы Ъ. На улицах Казани было найдено 2 примера: *Крепежь Инструментъ* (магазин), *Государственный банкЪ* (банк).

Рассматривая производящие основы эргонимов Казани, мы приходим к выводу, что самой многочисленной группой является функциональная лексика (52 из 139): *Дом Книги* (магазин), *Музей иллюзий* (музей), *Продукты* (магазин), *Мусульманские товары* (магазин). При этом процент употребления функциональной лексики на периферийной и центральной улице почти одинаковый (27 и 25 примеров соответственно).

Второй многочисленной группой являются антропонимы (20 из 139): *Hemingway* (ресторан), *Театр имени В.И. Качалова* (театр), *MaxMara* (магазин), *Сөзмбикә* (кафе). На центральной улице антропонимов в два раза больше, чем на периферийной (13 и 7 примеров соответственно).

Топонимы также составляют одну из многочисленных групп (15 из 139): *Chester* (магазин), *BohemiA* (магазин), *Встреча на Тукаевской* (кафе), *Ташкент* (чайхана). Большинство топонимов (12 примеров) были обнаружены на центральной улице, и лишь малая часть (3 примера) на периферийной.

Менее популярна эмотивная лексика (14 из 139): *Старая проломная аптека* (аптека), *Жар Свежар* (пекарня), *Хочу и буду* (кафе), нумеронимы (9 из 139): *Караоке №1* (караоке), *Столовая №1* (кафе), *1st GALLERY lounge* (бар), артефакты (9 из 139): *Veranda* (ресторан), *МампеSHка* (магазин), *Fun box* (музей), фитонимы (6 из 139): *Перец* (столовая), *Basilico* (пиццерия), *Гранат* (ювелирный магазин).

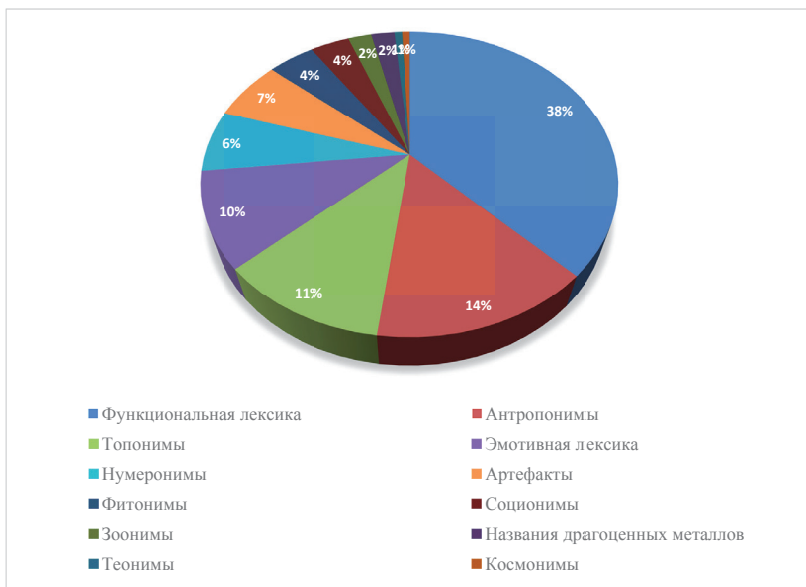


Рис. 3. Классификация эргонимов Казани по производящим основам

Намного реже употребляются зоонимы (3 из 139): *KillFish* (бар), *Мюстела* (магазин), *Муравейник* (магазин); мифонимы (2 из 139): *Pandora* (магазин), *Русалка* (магазин); теонимы (1 из 139): *MilaVitsa* (магазин); космонимы (1 их 139): *Планта здоровья* (аптека).

Таким образом, мы можем сделать вывод о том, что основными производящими основами Мадрида и Казани являются функциональная лексика, антропонимы, топонимы.

На язык влияет огромное количество экстралингвистических факторов, одним из самых главных является глобализация. Именно поэтому на улицах обоих город присутствуют примеры наименований на иностранных языках. Самым популярным является английский, поскольку именно он считается международным.

Согласно нашим данным, самыми многочисленными группами референтов являются магазины, объекты общественного питания и объекты сферы услуг.

В заключение, хочется отметить, что изучение эргонимов является одним из инструментов влияния на социум. Поскольку процесс глобализации затрагивает и язык, изучение наименований остается актуальным и сегодня.

ЛИТЕРАТУРА

1. Алистанова Ф.Ф. Эргонимы современного русского языка как микросистема: дис. канд. филол. наук / Ф.Ф. Алистанова. – Махачкала, 2011. – 178 с.
2. Курбанова М.Г. Эргонимы современного русского языка: семантика и прагматика: автореф. дис. канд. филол. наук / М. Г. Курбанова. – Волгоград, 2015. – 23 с.

3. Подольская Н.В. Словарь русской ономастической терминологии / Н.В. Подольская. – М.: Наука, 1978. – 151 с.
4. Солнышкина М.И. Топонимы и антропонимы в эргонимиконе г. Казани / М.И. Солнышкина, А.Р. Исмагилова // Вестник Вятского государственного университета. – 2017. – № 8. – С.54–58.
5. Суперанская А.В. Общая терминология: Вопр. теории / А.В. Суперанская, Н.В. Подольская, Н.В. Васильева. – М.: Наука, 1989. – 243 с.
6. Landry R. Linguistic landscape and ethno-linguistic vitality: An empirical study / R. Landry, R.Y. Bourhis / Journal of Language and Social Psychology. – 1997. – P. 23–49.

КОНЦЕПТ «МИЛОСЕРДИЕ» В НЕМЕЦКОЙ И РУССКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРАХ

*Меркулова А.А.
Заглядкина Т.Я.*

Статья посвящена анализу лингвистического концепта «Милосердие» в языковой картине мира русского языка и концепта «Erbarmen» в немецкой языковой картине мира. Рассматриваются спорные вопросы определения концепта и его структуры, а также освещается проблематика выявления принципов и методов описания концептов.

Ключевые слова: концепт, языковая картина мира, лингвокультурология, концептология.

The article describes the linguistic representation of the concept «Mercy» in the linguistic view of the world in the Russian language and the concept «Erbarmen» in the German language. The article presents the controversial difficulties of defining the term «Concept» and its structure, as well as highlights the problems of identifying the principles and methods of describing concepts.

Key words: concept, linguistic picture of the world, linguocultural studies, conceptology.

Изучение таких понятий, как концепт и языковая картина мира, следует начать с упоминаний о лингвокультурологии. Именно лингвокультурология является отраслью языкознания, изучающей отношения между культурными концептами и языком. Лингвокультурологию также называют культурной лингвистикой. Она исследует то, каким образом культурные аспекты отражаются в различных языках при помощи некоторых особенностей этих языков. Язык, в рамках культурной лингвистики, рассматривается как явление, укоренившееся на групповом культурном уровне познания.

Лингвокультурология относится к числу сравнительно молодых наук. Она исследует язык в неразрывной связи с культурой. Однако ученые, занимающиеся лингвокультурологическими исследованиями, расходятся во мнениях о статусе

и положении данной науки среди остальных, а также о методах ее исследования. В связи с этим, существует несколько определений понятия лингвокультурологии.

В.В. Воробьев в своих лингвистических исследованиях трактует лингвокультурологию как комплексную научную дисциплину, занимающуюся изучением взаимодействия языка и культуры. По его мнению, лингвокультурология отражает процесс функционирования языка в культуре как единую систему языкового и неязыкового содержания [2, 37]. Лингвокультурология как наука зародилась при пересечении языкознания и культурологии и отражает культуру народа в языке.

Взаимодействие языка и культуры составляет картину мира. Она является уникальной и неповторимой для каждой отдельно рассматриваемой культуры. При этом объектом рассмотрения в лингвокультурологии является языковая деятельность с точки зрения культурных ценностей. Среди основных понятий лингвокультурологии выделяют термины «концепт» и «языковая картина мира». Понятие «картина мира» является общим и может быть разделено на более узкие понятия. Ученые, наравне с языковой картиной мира, выделяют когнитивную, концептуальную, национальную и другие картины мира.

З. Д. Попова и И.А. Стернин убеждены, что когнитивная картина мира, как вид картины мира, существует благодаря свойственной людям способности рассуждать о происхождении и сущности явлений и предметов действительности, то есть формировать ментальный образ мира. Из этого следует, что в когнитивистике язык выступает общим когнитивным механизмом, имеющим непосредственную связь с познанием. Авторы определили когнитивную картину мира как создаваемую культурой совокупность концептосферы и стереотипов сознания [11, 191].

Понятие концептуальной картины мира было введено Н. Н. Болдыревым [1, 87]. Лингвистами это понятие противопоставляется понятию «языковая картина мира».

О.Н. Корнилов считает, что языковая картина мира субъективна и является результатом отражения объективного мира обыденным сознанием какого-либо общества или конкретного этноса. Это дает основания для введения понятия «национальная картина мира» [4, 176].

В.А. Маслова считает, что национальные картины мира — это лишь иное «расщепление» концептуальных картин мира, указывая при этом на общность последних у представителей разных этносов. Она объясняет это тем, что человеческое мышление едино [8, 34].

Р.И. Павиленис для обозначения понятийной картины мира ввел термин «концептуальная система». Она формируется в процессе освоения мира, а средством обнаружения концептуальной системы является язык. В нем фиксируются специфические для данной общности знания. Компонентом концептуальной системы является «концепт» (смысл), отражающий действительность с национальной спецификой. В концептах закрепляется содержание различного рода: понятийное, вербальное, культурологическое, ассоциативное и т.д. Концепт является основой языковой картины мира. Для лингвокультурологии как науки термин «лингвокультурный концепт» является базовым понятием [10, 192].

Данное понятие следует рассматривать с двух точек зрения: когнитивной и лингвокультурной. С когнитивной точки зрения понятие концепт можно опре-

делить, как *ментальная единица, выполняющая функцию хранения знаний о мире*. Е. С.Кубрякова также придерживается мнения, что концепты являются *компонентами нашей когнитивной системы* [6, 137].

При изучении концептов в отечественной лингвокультурологии некоторые современные авторы продолжают следовать более ранней традиции трактовки термина, принадлежащей С.А. Аскольдову. Он рассматривал концепт как *акт первичного мысленного осмысления определенного явления* [7, 280].

Хотелось бы также подчеркнуть различие между «значением» и «концептом». По мнению Ю.С. Степанова эти термины различаются тем, к каким наукам их относят. Первое применяется в основном в логике и философии, тогда как второе – в культуре, культурологии и лингвокультурологии. Ю.С. Степанов объясняет, что термин «значение» более объемный и подразумевает также класс предмета, который соответствует данному термину, в то время как «концепт» подразумевает только внутренне содержание [12, 35].

Трактовка В.А. Масловой схожа с мнением З.Д. Поповой и И.А. Стернина. Автор рассматривает концепт как ментальное образование, являющееся специфическим для определенной нации. В качестве плана содержания он выделяет совокупность знаний о данном объекте, а планом выражения является совокупность различных языковых средств. При этом лингвист подчеркивает, что не всякое понятие является концептом, «а лишь наиболее сложные и важные из них, без которых сложно представить определенную культуру» [11].

В.И. Карасик также называет «концепт» ментальным образованием, которое несет в себе важные типизированные фрагменты опыта, осознаваемые человеком и хранящиеся в его памяти [3, 382].

Для В.В. Красных концепт представляется абстрагированной идеей «культурного предмета», не выраженного в образе визуального прототипа. Автор сравнивает такого рода концепты «с каналами, с помощью которых мы можем проникнуть в культурно-исторический пласт лингво – ментального комплекса» [5, 120].

Ю.С. Степанов отмечает две стороны концепта: вхождение культуры в сознание и вхождение человека в культуру [13].

По теории В.И. Кубряковой, концепт является «оперативной единицей языка, ментального лексикона, концептуальной системы и языка мозга, всей картины мира, квантом знания» [6, 186].

Таким образом, нами было установлено, что концептуальная система имеет неразрывную связь с культурой людей. Данная связь отражена в термине «лингвокультурный концепт». Концепты, наиболее значимые для индивида и имеющие наибольшую культурную значимость для определенной нации, а также нашедшие свое отражение в языке этой нации, называются лингвокультурными. Именно поэтому при изучении мировоззрения определенного народа важную роль играет анализ его языковой картины мира, а также анализ взаимосвязи мировоззрения этого народа с языком. Любая конкретная национальная картина мира влияет на восприятие окружающего мира, обуславливая, таким образом, значимость определенных объектов, мышления и национальной культуры данного народа.

В составе лингвокультурного концепта выделяют три компонента:

- ценностный;
- образный (образно-перцептивный и образно-метафорический), который поддается лишь описанию и интерпретации, компонент является невербальным;
- понятийный (фактуальный), который хранится в сознании в вербальной форме и является доминантным для лингвокультурологических исследований.

Существует 3 модели изучения концепта для выявления его основных характеристик:

- модель способов познания, взаимодействующих между собой;
- модель языковых единиц и значений, имеющих общие ассоциативные связи;
- модель языкового воплощения на различных грамматических уровнях.

Результаты исследования, изложенные в данной статье, опираются на модель ассоциативных связей концепта «Милосердие» в русской языковой картине мира и его аналога «Erbarmen» в немецкой. Материалом исследования анализируемого концепта послужили результаты анкетирования носителей немецкого и русского языков. Им было предложено написать в анкете свои ассоциации на слово-стимул «милосердие» или «Erbarmen» соответственно. Проанализировав более 50 ответов, нам удалось установить следующие закономерности.

Под словом *милосердие*, согласно Большому толковому словарю русского языка, понимается «готовность оказать помощь, проявить снисхождение из сострадания, человеколюбия, а также сама помощь, снисхождение, вызванные такими чувствами» [9].

В немецком языке слово «Erbarmen» толкуется словарём Duden как *jemandem aus Mitleid helfen* (помочь кому-то из жалости), *jemandes Mitleid erregen* (вызывать чью-либо жалость); *jemandem leid tun* (сострадать кому-то) [14].

Результаты проведенного нами анкетирования помогли выявить образную составляющую исследуемого концепта в русском и немецком языках. Согласно представлениям русских респондентов, можно явно выделить связь концепта «Милосердие» с добром. Около половины из них назвали такие слова, как: *добро, доброта, добродетель, добродушие и добросердечность*.

Так как добро является положительным качеством, это означает, что концепт «Милосердие» имеет позитивную оценку у большинства опрошенных. Однако он вызывает также и негативные эмоции. Такими у опрошенных явились ассоциации милосердия со словами «смерть», «убийство», а также «бедность» и «приют», что является абсолютной противоположностью мнения большинства и показывает, что концепт «Милосердие» имеет противоречивый характер. Это подтверждают и другие результаты. Так, помимо ассоциаций с добром, были названы «тепло», «любовь», «великодушие» и «человечность». Эти слова имеют позитивную коннотацию и создают некую градацию в эмоциях, ведущую к следующей группе ответов, которая представляет собой наиболее светлые и даже религиозные ассоциации. Этими ассоциациями явились слова «мать» и «мать Тереза». Как видно, в представлении некоторых, концепт «Милосердие» связан с религиозными мотивами. Религиозный оттенок носит также ответ «прощение».

При этом наблюдались и иные, более повседневные, нерелигиозные ассоциации. Ими оказались: «благотворительность», «безвозмездная помощь», «по-

мощь» и «взаимопомощь». То есть концепт «Милосердие» не просто вызывает эмоции в сознании некоторых, но и побуждает к действию.

Противоречивость концепта проявилась также в следующем: среди опрошенных были как те, кто ассоциирует милосердие с силой, но также и те, для кого концепт означает слабость. Один из опрошенных в качестве ассоциации даже назвал «сила и слабость одновременно». Это демонстрирует широту значений концепта.

Стоит заметить, что всего лишь 1 из опрошенных ассоциирует концепт «Милосердие» с «жалостью», несмотря на то, что толкование этого слова в словаре с жалостью не связывается.

В результате опроса респондентами также было упомянуто наречие «редко». Такая ассоциация говорит о том, что субъект оценивает милосердие как уникальное явление. Другой ответ «воспитание» говорит о том, что в представлении опрошенного *милосердие* свойственно людям, благодаря их правильному воспитанию, что в какой-то мере связано с ассоциацией «мать», описанной ранее. Единичной является ассоциация, связывающая милосердие с «Красным крестом».

В немецкой языковой картине мира концепт «*Erbarmen*» имеет более религиозный характер. В отличие от русских респондентов, связывающих милосердие в основном с семьей «добро», у носителей немецкого языка преобладают религиозные ассоциации: «*Gott*» – Бог, «*Gebet*» – молитва, «*Bibel*» – Библия, «*Kirche*» – церковь, «*Religion*» – религия, «*Bitte an Jesus*» – просьбы к Иисусу. Упоминания Иисуса, а также Святого Мартина «*St.Martin*» подчеркивают, что немцы ассоциируют концепт с мужским святым образом, в отличие от русских религиозных представлений образа Матери Терезы.

В обеих лингвокультурах заметны также и сходства. Как у немцев, так и у русских концепт связан с прощением – «*Verzeihung*», «*verzeihen*», «*Vergebung*». Есть и более глубокие формы выражения прощения: «*Begnadigung*» – помилование, «*verschonen*» – щадить.

В отличие от результатов исследования русского концепта, в немецкой языковой картине мира прослеживается намного больше связей милосердия с жалостью. Около четверти опрошенных проводят параллель с понятиями «*Mitleid*» – жалость, «*Empathie*» – сопереживание, «*mitfühlen*» – сострадать. То, что концепт «*Erbarmen*» у немцев вызывает эмоции неравнодушия, доказывают следующие ассоциации: «*einfühlsam*» – сострадательный, «*gutherzig*» – добросердечный, «*Menschlichkeit*» – человечность, «*Nächstenliebe*» – любовь к ближнему. Данные примеры, а также «*Herzlichkeit*» – сердечность, душевная теплота, «*Sensibilität*» – чувствительность, «*Loyalität*» – лояльность, «*nobel*» – щедрый, великодушный, демонстрируют и то, что концепт имеет положительные коннотации. Однако, среди лингвокультурных ассоциаций немецких респондентов можно выделить также и негативные ассоциации, например, «*Schuld*» – вина, «*Zwang*» – принуждение.

Как и в русской языковой картине мира, у немецких респондентов наблюдается связь концепта с силой «*Stärke*», однако никто из опрошенных не привел ассоциаций, связанных со слабостью. Тем не менее, прослеживаются и другие пары противоположных значений: «*Reich*» – богатство, «*Armut*» – бедность. Следует обратить внимание, что ассоциат «бедность» также прослеживался в ответах

русских респондентов, а также «Glück» и «Pech» – удача и невезение. Любопытно, что последний ответ был дан одним и тем же респондентом, то есть концепт может вызывать противоположные чувства. Подобное нами наблюдалось и в русской языковой картине мира.

Таким образом, при помощи анализа нам удалось выявить, что концепт «Милосердие» в языковом сознании носителей русского языка в основном ассоциируется с добром, в то время как концепт «Erbarmen» в немецкой языковой картине мира больше связан с религиозными аспектами. Тем не менее, прослеживается множество сходств. В обоих языках концепт вызывает множество положительных ассоциаций, вплоть до божественных. Прослеживаются различные вариации положительных и светлых чувств, но концепт имеет и отрицательные оттенки, хотя таковых значительно меньшее число. В редких случаях он вызывает противоречивые эмоции. Концепт также может побуждать к действию помогать, прощать.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Болдырев Н.Н.* Когнитивная семантика: Курс лекций по английской филологии / Н.Н. Болдырев. – Тамбов: Изд-во Тамб. ун-та, 2001. – 123 с.
2. *Воробьев В.В.* Лингвокультурология (теория и методы) / В.В. Воробьев. – М.: Издательство РУДН, 1997. – 331 с.
3. *Карасик В.И.* Языковой круг: личность, концепт, дискурс / В.И. Карасик. – Волгоград: Перемена, 2002. – 476 с.
4. *Корнилов О.А.* Языковые картины мира как производные национальных менталитетов. 2-е изд., испр. и доп. / О.А. Корнилов. – М.: ЧеРо, 2003. – 349 с.
5. *Красных В.В.* Этнопсихоллингвистика и лингвокультурология. Лекционный курс / В.В. Красных. – М.: Гнозис, 2002. – 284 с.
6. *Кубрякова Е.С.* Краткий словарь когнитивных терминов / Е.С. Кубрякова. – М.: Филол. ф-т МГУ им. М.В. Ломоносова, 1997. – 245 с.
7. *Лихачев Д.С.* Концептосфера русского языка / Д.С. Лихачев // Русская словесность: Антология / Под редакцией В.П. Нерознака. – М.: Academia, 1997. – 287 с.
8. *Маслова В.А.* Когнитивная лингвистика: учеб. Пособие / В.А. Маслова. – Минск: ТетраСистемс, 2005. – 256 с.
9. *Ожегов С. И.* Толковый словарь русского языка. / С. И. Ожегов. – Москва: АСТ, 2014. – 736 с.
10. *Павиленис Р.И.* Проблема смысла: современный логико-философский анализ языка / В.И. Павиленис. – М.: Мысль, 1983. – 286 с.
11. *Попова З.Д.* Очерки по когнитивной лингвистике / З.Д. Попова, И.А. Стернин. – Воронеж: Истоки, 2001. – 191 с.
12. *Степанов Ю.С.* Константы: Словарь русской культуры / Ю.С. Степанов. – Москва: Академический проект, 2004. – 992 с.
13. *Степанов Ю.С.* Концепты. Тонкая пленка цивилизации / Ю.С. Степанов. – Москва: Языки славянской культуры, 2007. – 400 с.
14. Duden. – URL.: <https://www.duden.de/> (дата обращения: 20.03.2020).

ФУНКЦИОНАЛЬНО-СЕМАНТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ЭРГОНОМИКОНА ЦЕНТРАЛЬНЫХ УЛИЦ ГРАНАДЫ И МЕХИКО

Поликарпова А.А.

Исмагилова А.Р.

Статья посвящена функционально-семантическим особенностям эргонимов центральных улиц Гранады и Мехико. В статье предложены варианты классификации изучаемых эргонимов на примере 182 лексических единиц, а также представлены языки-доминанты центральных улиц города Гранады и Мехико, характеризующиеся влиянием процессов глобализации и глокализации на этой территории.

Ключевые слова: эргоним, лингвистический ландшафт, производящие основы, эргонимия, глобализация, глокализация, классификация.

The article is devoted to the functional and semantic features of ergonyms of central streets in Granada and Mexico. The article offers variants of classification of the studied ergonyms on the example of 182 lexical units, and also presents the dominant languages of the central streets in Granada and Mexico, characterized by the influence of the processes of globalization and glocalization in this territory.

Key words: ergonym, linguistic landscape, manufacturing basics, ergonomics, globalization, glocalization, classification.

Эргонимы – неотъемлемая часть города, которая отражает общественную и культурную жизнь общества. Изучение эргонимов помогает понять особенности речевого употребления, культурные, исторические и прочие коннотации единиц языка и речи [1]. В эргонимах отражаются явления, события и факты повседневной действительности горожан. Возникновение большого количества эргонимов – постоянный и непрерывный процесс. В данной работе под эргонимами понимаем названия объектов деловой, туристской, образовательной и других сфер, магазинов и объектов культурного наследия

Данная статья предлагает анализ 182 эргонимов центральных улиц испанского города Гранады и столицы Мексики – Мехико. В результате метода сплошной выборки из них отобрано 182 эргонима центральных улиц городов Мехико и Гранады, а именно официальные названия объектов деловой сферы, магазинов, аптек, объектов туристской сферы, отрасли общественного питания и сферы развлечения, государственных объектов культурного наследия, а также образовательных учреждений, отобранные методом сплошной выборки с сайта <https://www.google.ru/maps>.

В настоящее время возникает большое количество объектов инфраструктуры различных сфер человеческой деятельности. Рост числа объектов инфраструктуры, в свою очередь, способствует развитию процесса номинации данных объектов. За организациями и компаниями закрепляются имена собственные – эрго-

нимы, которые представляют собой отражение лингвистического ландшафта тех или иных городов [3].

Важно упомянуть о том, что изменения в экономической жизни, городском устройстве, появлении новых форм торговли и объектов различных индустрий оказали существенное влияние на лексические процессы и, в частности, на образование эргонимов.

Также толчком к появлению названий могут служить различные характеристики именуемого объекта (цвет, форма, величина, детали архитектуры, специфика местности, случайно возникшие ассоциации у номинатора). Таким образом, была выявлена следующая типология эргонимической номинации по производящим основам (разрядам эргонимов) [4]: топонимы, соционимы, мифонимы, нумеронимы, ассоциативная лексика, функциональная лексика и антропонимы.

Говоря о семантических характеристиках анализируемого нами материала, необходимо отметить, что в эргонимиконе двух рассматриваемых городов есть существенные различия в частоте использования тех или иных производящих основ. Так, в Гранаде большая часть эргономикона представлена антропонимами (30 эргонимов, 34%, например: **Helen Doron Inglés Constitution, Leonardo Hotel, Pepa Ferruz, José Antonio Perandres, Peluqueria de caballeros Manuel Martinez, Centro de Salud Doctor Salvador Caballero, Pedro del Hierro, Palacio de Santa Paula**), а в Мехико наиболее многочисленную группу производящих основ составляет функциональная лексика (**Taquería, Farmacias del ahorro, Spa at Home, Smart Fit, American Airlines, Canteen**). На центральных улицах Мехико (21 эргоним) и Гранады (21 эргоним) представлено различное количество эргонимов с производящей основой – соционимом (**Burger King, Zara, Pull & Bear, Reebok, Adidas, Ale Hop, EuroStars, Starbucks**), что, как нам кажется, связано с рекламной целью крупных международных компаний. Топонимы в обоих городах составляют примерно одинаковое количество эргонимов (17 топонимов в Гранаде, 16 в Мехико: **Atenas Granada, Viajes Ecuador, Londres, Gran Vía Discos, Granada Language School, Madrid Pizza Roma**).

В ходе сравнительно-сопоставительного анализа было установлено, что самыми распространенными объектами эргонимной номинации, как в Гранаде, так и в Мехико, являются учреждения, относящиеся к деловой сфере, и учреждения торговли. Но необходимо отметить, что число объектов деловой сферы, т.е. банков, предприятий транспорта и учреждений сферы обслуживания в городе Мехико (32%, 30 эргонимов) значительно превышает количество объектов данного типа в Гранаде (22%, 19 эргонимов). Количество коммерческих объектов, расположенных на центральной улице Мехико также значительно превышает их количество в Гранаде. В Мехико число соответствующих номинаций коммерческих объектов составляет 85, в то время как в Гранаде – 70. Важно также отметить, что наименее распространенными объектами, являющимися референтами эргонимов, в обоих сравниваемых городах по понятным причинам являются образовательные учреждения. Ведь на центральных улицах мегаполисов располагаются чаще всего учреждения деловой сферы и торговли, которые привлекают гостей города и туристов, а не образовательные учреждения, предназначенные для жителей столиц.

Как показал проведенный сравнительно-сопоставительный анализ, наибольшая часть вывесок центральных улиц, как Гранады, так и Мехико, представлена на испанском языке (118 / 182). Это связано, как нам кажется, напрямую с таким процессом как глокализация.

Сравнительно-сопоставительный анализ полученных данных по вывескам центральных улиц двух вышеназванных городов показал, что иноязычная лексика в эргонимиконе Гранады и Мехико в большинстве своем представлена английским языком (54 и 182 эргонима соответственно). Эргонимной номинации на английском языке подверглись не только объекты коммерческой отрасли, но и учреждения образовательной и медицинской сферы.

Так, в Гранаде мы выявили следующие англоязычные вывески: **Suites 44, InterSport, Hotel Granada 5 senses Rooms & Suites, Rafting, EuroStars, Marina and Co, Granada Language School и Leonardo Hotel**. На улице Пасео де ла Реформа в городе Мехико английский язык представлен такими вывесками, как: **Love, EvenTax, Elite Sky Lines, Starbucks (3), HSBC(2), MacStore, Tesla Destination Charger, Subway, Spa at Home, Smart Fit, BXP Grown, American Airlines, Canteen, TheBodyShop, Springfield, UnitedColors of Benetton, Victoria's Secret, Women'sSecret, Hotel Sevilla Palace, DiegoRiveraMuralMuseum, Tommy Pizza, Little Caesar's, Mexico City**.

В обоих городах также были встречены такие англоязычные вывески, как: **KFC, McDonald's, Nike, Tommy Hilfiger, Adidas, Reebok, Pull & Bear, Subway**. Мы предполагаем, что это связано с тем, что данные вывески относятся к крупным международным торговым сетям или сетям общественного питания и, как правило, они располагаются на центральных улицах городов для привлечения большого потока туристов.

Большое количество англоязычных эргонимов на центральных улицах испаноязычных городов является следствием влияния процесса глобализации, т.е. всемирной экономической, политической и культурной интеграции [5].

В эргонимиконе обоих городов реализуются номинации, образованные таким способом словообразования как графогибридизация. Данные вывески демонстрируют смешение английского и испанского языков.

Сходство эргонимов центральных улиц анализируемых нами городов, образованных данным способом словообразования состоит в том, что они полностью сохраняют графическую систему испанского языка, а именно тильду – маркер ударения в испанском языке: **México Mint, One Ciudad De México Alameda, El hotel of Abén**.

Говоря о различиях в процессе номинации объектов городской инфраструктуры Гранады и Мехико, необходимо заметить, что в Гранаде были обнаружены вывески с использованием заимствований из арабского языка, которые с течением времени вошли в лексический состав испанского языка. Так, арабизмами являются такие вывески, как: **Alhambra и Al-Haram Hammam**.

Среди вывесок на центральной улице Мехико не было найдено ни одного эргонима на арабском языке, но обнаруживаются вывески на итальянском, японском, немецком языках и даже уже мертвом языке – латинском.

Формированию мультилингвального и мультиграфемного эргономикона в данных городах способствовали многоязычие сопоставляемых городов, а также развитие международных контактов, отсутствие специальных законов о сохранении языковой идентичности.

Далее хотелось бы выделить сходства и различия функциональных характеристик эргономикона Гранады и Мехико. Следует отметить, что эргонимы, по своей сути, представляют собой полифункциональные единицы, то есть они выполняют несколько функций одновременно [2]. Анализ функций эргонимов Гранады и Мехико показал нам, что все отобранные нами для целей исследования эргонимы в обоих городах в равной степени обладают номинативно-выделительной функцией и функцией охраны собственности, поскольку эргоним представляет собой имя собственное, которое и защищается законом.

Следует заметить, что многие эргонимы выполняют также информативную функцию, но на вывесках улицы Пасео де ла Реформа показатель информативности эргонимов чуть меньше (83), чем на центральной улице Гранады (90).

Рекламная функция в большей степени присуща эргонимам улицы Гран Виа де Колон (60), в то время как в Мехико количество эргонимных номинаций, выполняющих рекламную функцию, гораздо меньше и составляет 45 эргонимов.

С незначительной разницей в количественных показателях в эргонимах Мехико (24) и Гранады (19) прослеживается мемориальная функция. Она состоит в том, что в названиях отражаются имена учредителей и известных исторических личностей [6]. Это априори эргонимы с производящей основой антропонимом или топонимом. Приведем примеры эргонимов, осуществляющих мемориальную функцию: **Florería Rocío, Marquis, Juan Moises Calleja, Tesla Destination Charger, Scappini, Tommy Hilfiger, José Luis, Parroquia de Santa María la Redonda, Monumento a Colón, Monumento a Cuauhtémoc, Diego Rivera Mural Museum, Museo Franz Mayer, Soriana Hiper La Villa, Tommy Pizza, Little Caesar, Pérez Refacciones, Transportes Marceliano Riaño** (Мехико); **Josefina Valero Sánchez, Palacio de Santa Paula, Convento de Santa Paula, Tucton Zapatos, Dasha Belleza de Calidad, Marina and Co, Droguería y Perfumería Ana Pilar, Hotel Abén Humeya, Cafetería Adrian, San Antón Tienda de Mascotas, Escuela de Música y Arte Glinka, Iglesia de Santiago, Iglesia Sagrado Corazón de Jesus, Parking San Agustín, ferretería San Agustín, Leonardo Hotel, Helen Doron Inglés Constitution, José Antonio Perandres, Pepa Ferruz, Farmacia San Juan de Dios, Librería Papelería Isaac Albéniz, Restaurante Ramírez, Iglesia de San Matías** (Гранада).

Небольшое количество эргонимов от общего числа всех вывесок с центральных улиц Гранады и Мехико выполняют эстетическую функцию (11 и 13 эргонимов соответственно). В нашем исследовании к эргонимам, выполняющим данную функцию, мы относим названия, которые вызывают положительные ассоциации, «красиво звучат» [6].

И в том и другом городе эргонимы связаны с эстетикой прекрасного, положительного, сами номинации благозвучны по звучанию и вызывают у реципиентов только приятные ассоциации. Как правило, эстетическую функцию выполняют эргонимы с производящей основой в виде ассоциативной лексики. В нашем

исследовании мы выделили следующие эргонимы с эстетической функцией: **Love, Corazón Contento, La Lanterna, Casa Bella, Hermosillo, Cielito Querido, Innvictus, Magia para todos** и т.д.

Таким образом, исходя из проведенного нами исследования и выполненного сравнительно-сопоставительного анализа эргонимов, мы делаем вывод о том, что в эргономиконе центральных улиц Гранады и Мехико представлено, пусть и небольшое, но все же весьма ощутимое разнообразие европейских языков. В лингвистическом ландшафте обоих городов присутствуют эргонимы на испанском, английском, итальянском, латинском, немецком языках, которые в полной мере выполняют свои функции, то есть детерминируют и определяют объект номинации, информируют, привлекают внимание и воздействуют на потенциальных реципиентов.

Семантической базой для образования эргонимов в обоих испаноязычных городах послужили различные производящие основы. В большей степени это функциональная лексика и антропонимы, в значительно меньшей степени представлены в сравнимых городах эргономические единицы, образованных из других разрядов онимов.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Алистанова Ф.Ф.* Эргонимы современного русского языка как микросистема: дис. ... канд. филол. наук / Ф.Ф. Алистанова. – Махачкала, 2011. – 179 с.
2. *Бутакова Е.С.* Эргонимы иноязычного происхождения в коммуникативном пространстве города: дис. ... канд. филол. наук / Е. С. Бутакова. – Томск, 2013. – 225 с.
3. *Киптило Е.А.* Феномен глобализации в современном социокультурном пространстве: дис. ... канд. филос. наук / Е. А. Киптило. – М., 2010. – 150 с.
4. *Солнышкина М.И.* Ergonyms as a mirror of cultural values: the case of Kazan (Tatarstan) / М.И. Солнышкина, А.Р. Исмагилова // SGEM2014 Conference on Psychology and Psychiatry, Sociology and Healthcare, Education, SGEM2014 Conference Proceedings. – 2014. – С. 295–302.
5. *Шустова С.В.* Лингвистический ландшафт и лингвистическая глобализация / С.В. Шустова // Гуманитарное обозрение. – Пермь: Изд-во Прикам. соц. ин-та, 2011. – С. 85–94.
6. *Яковлева Е.А.* Язык рекламы как часть урботекста поликультурного города (на примере г. Уфы) / Е.А. Яковлева, А.Ф. Исмагилова / Язык, сознание, коммуникация. М.: МАКС Пресс, 2018. – Вып. 58. – С. 72–81.

ИДЕОГРАФИЧЕСКАЯ КЛАССИФИКАЦИЯ АНГЛИЙСКИХ ИДИОМ СЕМАНТИЧЕСКОГО ПОЛЯ «ЭМОЦИОНАЛЬНЫЕ СОСТОЯНИЯ, ЧУВСТВА»

Рыбина А.В.

Данная статья посвящена идеографической классификации английских идиом, представляющих семантическое поле «Эмоциональные состояния, чувства». В статье рассмотрен принцип составления идеографических словарей и предложена классификация на материале фразеологических единиц, отобранных из лексикографических источников.

Ключевые слова: идиома, фразеологизм, идеографический словарь, семантическое поле, диффузность, таксон.

This article presents the ideographic classification of English idioms referring to the “emotional states and feelings” semantic field. In the article, the principle of compiling ideographic dictionaries is considered and classification of the phraseological units selected from lexicographic sources is proposed.

Key words: idiom, phraseological unit, ideographic dictionary, semantic field, diffusion, taxon.

Присвоение фразеологии статуса самостоятельной лингвистической дисциплины подтверждает тот факт, что эта многообразная и многоаспектная наука представляет собой самодостаточную систему. При этом фразеологические единицы – это основные элементы данной системы. Под фразеологическими единицами А.В. Кунин понимает «раздельнооформленные единицы языка с полностью или частично переосмысленным значением» [4, с. 7]. Как известно, лучший способ упорядочивания любой системы – это выявление различных подсистем и выделение групп на основе какого-либо общего признака. Это особенно актуально, когда речь идет о богатом языковом наследии, коим является фразеология.

Итак, поиски путей семантической организации фразеологических единиц привели к появлению теории семантического поля.

К использованию теории семантических полей для изучения фразеологии ученые пришли в 70х годах XX века. Одними из первых о возможности подобного рода исследований заговорили А.В. Кунин, Н.Г. Долгих, Е.А. Ножин. Современные лингвисты-фразеологи активно занимаются разработкой теоретических концепций формирования семантического поля и методов его применения для изучения фразеологии. Этот факт обуславливает появление такого термина, как «фразеосемантическое поле» для обозначения «совокупности фразеологических единиц, относящихся к одной понятийной сфере и характеризующихся определенными системными отношениями между собой» [6, с. 54].

Фразеосемантические поля используются в исследовании фразеологизмов и находят отражение в идеографических словарях, где фразеологические единицы структурированы не по алфавиту, как это бывает в большинстве словарей, а исходя из смысла, т.е. лексического значения. Это дает идеографическому словарю ряд преимуществ: позволяет наиболее точно определить место фразеологизма в системе языка, лучше понять ту действительность, которую он отражает, а также определить его сочетаемостные свойства, не говоря уже об удобстве использования.

Основоположником классификации фразеологизмов по тематическим группам по праву считается П.М. Роже – автор первого в истории лексикографии «Тезауруса английских слов и выражений». Он начал с того, что разделил понятийное поле английского языка на четыре обширных класса: пространство (words relating to space), материя (words relating to matter), дух (words relating to voluntary powers) и абстрактные отношения (words relating to abstract relations). Затем, эти классы он разбивает на категории, а их, в свою очередь, на секции.

В качестве примеров идеографических словарей также можно представить такие работы отечественных и зарубежных лексикографов и фразеографов, как «Словарь-справочник по русской фразеологии» [7], «Russian-English Idiom Dictionary» [12] и многие другие.

Теоретической базой для нашего исследования послужили положения А.Н. Баранова и Д.О. Добровольского – авторов первого в отечественной лингвистике «Словаря-тезауруса русской идиоматики» [2], появление которого ознаменовало новый виток в развитии русской фразеологии. При составлении словаря они руководствовались индуктивным методом исследования, в основе которого лежит принцип от частного к общему, в данном случае от значения фразеологизмов к семантическим полям. Такой подход является наиболее точным, поскольку фразеология затрагивает далеко не все области действительности, следовательно, некоторые лексико-семантические поля могут быть вовсе не представлены ни одним фразеологизмом.

В словаре А.Н. Баранова и Д.О. Добровольского собрано 8000 фразеологических единиц, состоящих из 80 таксонов, которые в свою очередь представлены несколькими подтаксонами. Например, таксон «дружба-вражда» включает в себя следующие подтаксоны: «дружба», «верность, преданность», «вражда, ненависть» [2, с. 674–677].

Материалом для нашего исследования послужили фразеологизмы семантического поля «эмоциональные состояния, чувства», собранные методом сплошной выборки из «Англо-русского фразеологического словаря» А.В. Кунина [5], «Thematic Dictionary of American Idioms» Р. Спирса [11], а также «Идеографического фразеологического словаря» Г.К. Гизатовой, З.А. Люстиг и Л.Ш. Галявиевой [3]. Исследование базируется на теоретических положениях Кунина А.В. [4], А.Н. Баранова и Д.О. Добровольского [1], Г.К. Гизатовой [8, 9].

Проанализировав корпус фразеологизмов семантического поля «эмоции, чувства», отобранных нами из указанных источников, мы разделили отобранные фразеологизмы на следующие таксоны и подтаксоны:

- Восторг (**Go ape** (*for\over smb or smth*) – *быть в восторге, ошалеть*; **Lost in admiration** – *в полном восторге, восхищении*);
- Увлеченность, заинтересованность, возбужденность (**Be agog** – *сгорать от нетерпения*; **Tickle smb's fancy** – *возбудить чьё-либо любопытство, дразнить воображение*);
- Изумление, недоумение, удивление (**Be gobsmacked** – *быть ошеломленным*; **Lost in astonishment** – *поражённый, изумленный*);
- Смятение, замешательство (**Be all abroad** – *быть в замешательстве, растеряться*; **At a loss** – *в недоумении, растерянности, смущении*);
- Чувство униженности **Eat humble pie** – *сносить оскорбления, терпеть унижение*);
- Уныние, отчаяние (**Go to pieces** – *быть подавленным, разбитым*; **(Down) in the dumps** – *в унынии, в подавленном состоянии, как в воду опущенный*);
- Горе, грусть, страдание, тоска (to be) **tornd up** – *обезумевший от горя*);
- Спокойствие, успокоение, облегчение (**Let off steam** – *выпустить пар, эмоционально разгрузиться*; **Keep one's shirt on** – *сохранять спокойствие*);

- Бешенство, ярость (**Go crook at/on** – *рассердиться, прийти в ярость*; **With one's hackles up** – *в бешенстве, разъяренный, готовый ринуться в драку*);
- Вспыльчивость, повышенная возбудимость (**go spare** – *выйти из себя, вспылить*; **Fly (go) off the handle** – *вспылить, потерять самообладание*);
- Веселость, радость, счастье (**Tread (walk) on (upon) air** – *ликовать, радоваться*; **Give smb a lift** – *обрадовать кого-либо, поднять настроение*);
- Удовольствие, наслаждение (**Blessed-out** – *в состоянии эмоционального блаженства*);
- Тревога, беспокойство, волнение (**On the anxious bench** – *в тревоге, обеспокоенный*; **All of a dither** – *в состоянии возбуждения, волнения, опасения*);
- Раздражение (**cheesed off** – *сытый пот горло, раздраженный*; **Ruffle smb's feathers** – *раздражать, действовать на нервы*);
- Нежные чувства, любовь (**Head over heels** – *влюбится по уши*; **Love laughs at locksmiths** – *любовь не знает преград*);
- Страх, испуг (**To have a yellow streak** – *бояться, трусить*; **Curly smb's hair** – *привести кого-либо в ужас, в содрогание, напугать*);
- Обида (**Make a lip** – *надуть губы*; **Cut to the quick** – *задеть за живое, обидеть*);
- Сочувствие, сопереживание, сентиментальность (**Have strong feelings** – *принимать близко к сердцу*; **Hearts and flowers** – *чувствительность, сентиментальность*);
- Враждебные чувства (**Bear smb malice** – *затаить злобу против кого-либо*);
- Чувство уверенности (**Be in one's element** – *чувствовать себя как в своей тарелке*);
- Зависть, ревность (**Green with envy** – *позеленевший от зависти*; **The green-eyed monster** – *ревность*);
- Отвращение, омерзение (**Make smb's gorge rise** – *вызывать в ком-л отвращение, омерзение*);
- Равнодушие, безразличие, невозмутимость (**A cold fish** – *бесчувственный человек*; **Be as hard as nails** – *быть бесчувственным*);

Следует отметить, что подобное структурирование весьма условно, и четких границ между группами не существует. Это объясняется такой характеристикой фразеологических единиц, как диффузность, т.е. способность фразеологизма входить больше, чем в одно семантическое поле [10, с. 93].

Так, например, невозможно однозначно определить к какой тематико-идеографической группе относится фразеологизм **Send smb in the aisles**, поскольку его значение может быть интерпретировано, как *привести в восторг*, а также *развеселить*. Соответственно, его можно включить в группы «восторг» и «веселость, радость, счастье». Подобным образом дело обстоит и с фразеологизмом **Love is never without jealousy**, который мы отнесли к тематическим группам «нежные чувства, любовь» и «зависть, ревность». Еще одним наглядным примером может послужить фразеологизм **Jump out of skin**, который имеет значение *вздрыгнуть* или *подпрыгнуть* и употребляется для описания чувства испуга или радости соответственно.

Есть и такие фразеологические единицы, которые имеют два и более абсолютно противоположных значения. К таковым относится, например, фразеоло-

гическая единица **flip one's lid**, которая может использоваться в значении *прийти в бешеный восторг*, и в то же время имеет значение *взбелиться, разозлиться*. Фразеологизм **There is no love lost between them** представлен в словаре с двумя значениями: *любить* и *ненавидеть друг друга*

Таким образом, двойственность семантического значения, так или иначе, затрудняет процесс идеографической классификации фразеологизмов.

В отличие от лексических единиц, фразеологизмы более антропоцентричны и затрагивают преимущественно те участки действительности, которые непосредственно связаны с человеком, его бытом, социальными отношениями и др. В связи с этим, интересным для нас показалось наблюдение, что фразеосемантическое поле «эмоциональные состояния и чувства» в большей степени представлено фразеологическими единицами с негативной окраской. Таким образом, самой многочисленной стала группа «бешенство, ярость», на втором месте по численности группа «тревога, беспокойство, волнение», далее идет «страх, испуг».

В заключение, хотелось бы еще раз подчеркнуть важность изучения фразеологии с использованием фразеосемантических полей. Кроме того, учитывая все особенности фразеологических единиц, идеографическая классификация представляется нам наилучшим способом их структурирования. Именно разделение по группам на основании схожести семантического значения позволит наиболее точно понять семантическую структуру фразеологизмов и облегчит их употребление.

ЛИТЕРАТУРА

1. Баранов А.Н. Аспекты теории фразеологии / А.Н. Баранов, Д.О. Добровольский. – М.: Знак, 2008. – 656 с.
2. Баранов А.Н. Словарь-тезаурус русской идиоматики / А.Н. Баранов, Д.О. Добровольский – М.: Мир энциклопедий Аванта+, 2007. – 1135 с.
3. Гизатова Г.К. Идеографический фразеологический словарь (на материале татарского, русского и английского языков) / Г.К. Гизатова, З.А. Люстиг, Л.Ш. Галявиева. – Казань: Казанский университет, 2010. – 431 с.
4. Кунин А.В. Курс фразеологии современного английского языка / А.В. Кунин. – Дубна: Феникс +, 2005. – 488 с.
5. Кунин А.В. Англо-русский фразеологический словарь / А.В. Кунин. – М.: Русский язык, 1984. – 944 с.
6. Теля В.Н. Идеографический анализ фразеологизмов: предпосылки и процедуры / В.Н. Теля // Идеографический и историко-этимологический анализ славянской фразеологии. – Псков: изд. ПГПИ, 1994. – С. 92-94.
7. Яранцев Р.И. Русская фразеология: словарь-справочник / Р.И. Яранцев. – М.: Рус. яз., 2006. – 896 с.
8. Gizatova G. A Corpus-based Approach to Lexicography: Towards a Thesaurus of English Idioms / G. Gizatova // Proceedings: Lexicography and Linguistic Diversity. International Congress 6-10 September 2016. – Euralex 2016, Tbilisi. – P. 348–354.
9. Gizatova G. Bilingual Corpus Lexicography: New English-Russian Dictionary of Idioms / Proceedings: Lexicography in Global Contexts. International Congress July 2018. – Euralex 2018, Ljubljana. – P.511–521.
10. Spears Richard A. NTC's thematic dictionary of American idioms / Richard A. Spears. – USA: NTC Publishing Group, 1998. – 419 p.
11. Vitek A. Russian-English idiom dictionary / A. Vitek. – USA: Wayne State University Press, 1973. – 327 p.

АНАЛИЗ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ФОРМЫ ОБРАЩЕНИЯ В ИСПАНСКОМ ЯЗЫКЕ В РАМКАХ СИТУАЦИИ ПИРОПО НА МАТЕРИАЛЕ СОВРЕМЕННОГО ИСПАНСКОГО КИНЕМАТОГРАФА

*Хакимова К.Л.
Депутатова Н.А.*

В данной статье рассматриваются формы реализации обращения в испанском языке в рамках ситуации пиропо. Исследование было проведено на основе испанских фильмов и сериалов, вышедших в прокат не позднее 2010 г., поскольку на их основе можно более точно проанализировать современную языковую ситуацию.

Ключевые слова: форма обращения, комплимент, речевой акт, пиропо, лексико-семантический признак.

This article discusses the forms of address in Spanish that are implemented as part of the pyropo situation. The study was conducted on the basis of Spanish films and series that were released no later than 2010, since on their basis it is possible to more accurately analyse the current language situation.

Key words: form of address, compliment, speech act, pyropo, lexical and semantic attribute.

В испанском языке существует два слова, которые переводятся на русский язык как «комплимент»: *cumplido* и *piropo*. *Cumplido* – это классический комплимент, *piropo* же – комплимент особого характера, который вслух и прилюдно употребляется мужчинами по отношению к женщине. В современном мире сущность пиропо меняется, и если раньше оно считалось наследием средневекового рыцарства, то в настоящее же время пиропо становится проявлением грубости и мачизма. Именно поэтому возникает потребность в изучении современных тенденций пиропо в качестве формы обращения. Таким образом, целью данного исследования является анализ использования пиропо в качестве формы обращения в испанском языке.

Пиропо – это социальный феномен, который является специфической особенностью различных культур средиземноморского и арабского происхождения по всему миру [4]. Этимологически слово «*piropo*» в испанском языке происходит от латинского «*rugopus*», которое, в свою очередь, происходит от греческого «*rugōros*», первоначально означавшего разновидность граната огненно-красного цвета, высоко ценящегося в качестве драгоценного камня [6]. Многие русские авторы переводят пиропо как «комплимент, фам.», и только в некоторых словарях дается специфическое значение пиропо, а именно: «сказать комплимент незнакомой женщине» [5], а также определяется его маскулинный лингвокультурный феномен и возможный, но не обязательный, вульгарный тон [2]. В соответствии целям исследования, пиропо определяется как акт речи, построенный через процесс объективизации женщины, отражающий действия человека, который гово-

рит комплимент – помимо передачи какого-либо комментария и выражения фиксации и желания.

Для проведения анализа использования пиропо в испанском языке были использованы испаноязычные фильмы и сериалы, которые вышли в прокат не позднее 2010 г. Данный выбор был сделан на основе того, что фильмы и сериалы, снятые в последние десять лет, в полной мере позволяют определить современную ситуацию использования пиропо в испанском языке.

Проведенный анализ показал, что в основном носители испанского языка в качестве пиропо используют обращения, выраженные прилагательными или существительными, и чаще всего одиночными. Словосочетания и предложения используются крайне редко, всего лишь около 8% от общего числа примеров (см. Рис. 1): **la fierecilla sin domar** – дикая мегера; **qué maravilla y qué alegría más grande** – дамы, я восхищен.

Говоря о классификации пиропо по грамматическому признаку, стоит отметить то, что нами были найдены пиропо, выраженные только существительными или прилагательными (см. Рис. 1). Так, комплименты-пиропо, выраженные существительными составляют около 60% от общего числа примеров. Около 34% занимают пиропо-прилагательные.

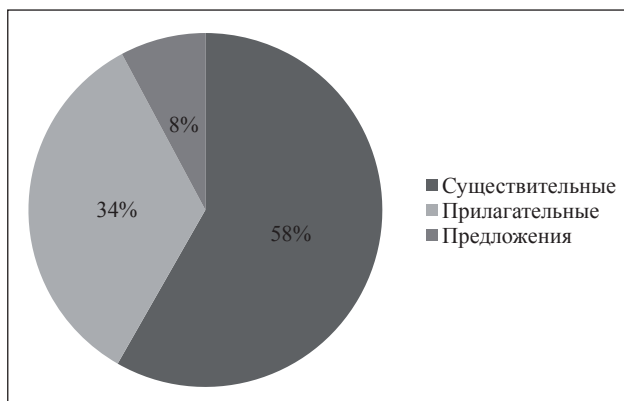


Рис. 1. Классификация пиропо по грамматическому признаку

Среди пиропо, выраженных существительными в соответствии с имеющимися примерами были выделены следующие лексико-семантические группы: названия «органа чувств»; оценочные имена; «пустые существительные» или существительные-заменители; метафоры, образные переосмысления предметно-логического значения конкретных существительных; отвлеченные существительные, принадлежащие к сфере эмоций; абстрактные оценочные существительные и абстрактные существительные, выражающие понятия бытия и природы. Следует отметить, что в данном подразделе будут приводиться дословные переводы приведенных примеров, поскольку их непосредственный перевод на русский,

который был использован в фильмах и сериалах, будет подвержен анализу в следующем подразделе.

Самой многочисленной группой пиропо по лексико-семантическому признаку являются «Отвлеченные существительные, принадлежащие к сфере эмоций», которая составляет около 35% от общего числа пиропо (см. Рис. 2). В основном к данной группе относятся пиропо, выраженные абстрактными существительными, которые несут в себе значение той или иной эмоции. К ним относятся в основном такие слова как **amor** – любовь, **esperanza** – надежда и т.д.

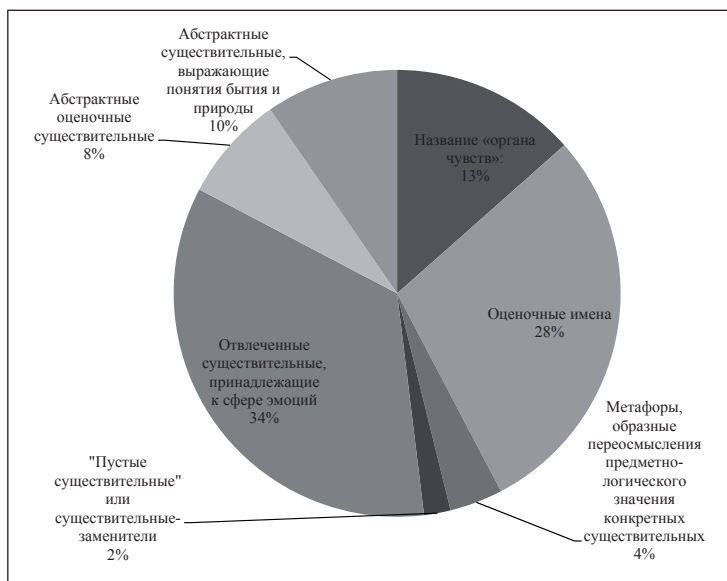


Рис. 2. Классификация пиропо, выраженных существительным по лексико-семантическому признаку

28% составляют пиропо, которые представляют собой оценочные имена. Термин «оценочное слово» чаще всего связывают с понятием *слово*, предполагающим выражение отношения, которое отражает, в самом общем виде, факт неслучайного характера семантических значимостей слова. Оценочное слово имеет особое место как среди экспрессивных языковых средств, выражающих самобытность и оригинальность, так и инвективных и стилистически сниженных, в том числе обидных и неприлично-бранных слов [1]. Из выделенных в данной работе примеров к группе относятся такие слова, как **reina** – королева, **muñeca** – куклолка, **diosa** – богиня, **marquesa** – маркиза и т.д.

Следующей группой по количеству выделенных пиропо являются названия «органа чувств», то есть пиропо, в которых в форме обращения выступает тот или иной орган, который традиционно выполняет сенсорно-перцептивные процессы. К ним относятся такие пиропо, как: **corazón** – сердце, **alma** – душа.

Абстрактные существительные, выражающие понятия бытия и природы, составляют 10% в лексико-семантической классификации пиропо, выраженных существительными. Данные пиропо представляют собой метафорическое сравнение женщины с явлениями природы и философской категории бытия. Таким образом, нами были выделены такие слова, как **cielo** – небо, **estrellita** – звездочка и т.д.

8% составляет группа под названием «абстрактные оценочные существительные», к которым можно отнести такие слова, как **maravilla** – чудо, **encanto** – очарование и т.д. Данная группа схожа с группой «отвлеченные существительные, принадлежащие к сфере эмоций», однако абстрактные оценочные существительные не связаны со сферой эмоций.

Группа «метафоры, образные переосмысления предметно-логического значения конкретных существительных» составила всего лишь 4% от общего числа выделенных пиропо. К данной группе слов относятся пиропо, представляющие собой существительные, выражающие те или иные бытовые вещи, которые встречаются нам в повседневной жизни. Однако они используются в качестве обращения-пиропо, посредством переосмысления их обычного значения. Примером таких слов являются такие существительные, как: **leche** – молоко, **bombón** – конфета и т.д.

Таким образом, самой малочисленной лексико-семантической группой являются «пустые» существительные или существительные-заменители. К таким словам можно отнести следующее пиропо: **Qué cosa!** – какая штука!

Подобные пиропо, выраженные существительными, как уже говорилось ранее, являются базовыми элементами обращения. То есть они могут быть осложнены морфологически или же синтаксически. Так, среди выделенных нами пиропо, были обнаружены следующие средства:

1) уменьшительно-ласкательные суффиксы. К таким пиропо нами были отнесены: **pobrecita** – бедняжка, **muñequita** – куколка, **pijita** – мажорка, **estrellita** – звездочка, **perlita** – жемчужинка.

2) притяжательное местоимение **mi**, которое на русском также обозначает притяжательное местоимение первого лица единственного числа: мой, моя, мое. К таким пиропо были отнесены: **mi alma** – моя душа, **mi amor** – моя любовь, **mi esperanza** – моя надежда.

3) сочетание с другими существительными, то есть образование словосочетания: **sueño de mi vida** – мечта всей моей жизни; **qué maravilla de mujeres** – какие шикарные женщины.

Также необходимо отметить, то что в пиропо широко используются апеллятивы, которые представляют собой метафоры, выраженные в обращениях. Их можно подразделить на следующие группы:

1) сравнения с животными или же обращения-зооморфизмы, такие как: **conejito** – кролик, **palomita** – голубка. Данная группа является непосредственной иллюстрацией представления испанского национального характера, поскольку использование тех или иных зооморфизмов является средством репрезентации гендерных концептов в сознании того или иного народа.

2) сравнения на астральную тему: **estrellita** – звездочка, **cielo** – небо. Испанскому национальному характеру свойственно такое понятие как «рыцарство» [3].

В нем заключается отождествление женщины с чем-то недостижимым, которое необходимо завоевать, и поэтому распространены сравнения женщины с астро-логическими объектами, которые также являются недоступными для человека.

3) сравнения на религиозную тему: **diosa** – богиня, **ángel** – ангел. Как и в случае с астральной тематикой, боги и ангелы являются для нас, людей, недостижимыми, и именно поэтому существуют метафоры, связанные с религиозными понятиями.

4) сравнения с гастрономическими понятиями: **bombón** – конфета. Еда является для испанцев важной частью культуры, поэтому и существуют сравнения женщины с гастрономическими понятиями, в особенности с чем-то сладким.

Как уже упоминалось ранее, в роли обращения в пиропо, часто используются прилагательные. В основном, именно оценочными прилагательными, чаще всего, выражены пиропо, употребляющиеся в качестве формы обращения (см. Рис. 3). Примерами таких прилагательных являются: **preciosa, hermosa, bonita, guapa** – красивая, **perfecta** – идеальная, **linda** – милая и т.п.

Особенность использования прилагательных-пиропо в испанском языке заключается в употреблении прилагательных, лексическое значение которых, изначально является отрицательным. Однако при использовании их в качестве комплимента они приобретают оттенок похвалы. Среди выделенных пиропо, выраженных прилагательными, такими свойствами обладают следующие примеры, которые можно разделить на две подгруппы:

1) прилагательные, дающие общую отрицательную оценку внешности: **fea** – страшная.

2) прилагательные, дающие общую отрицательную оценку умственных качеств: **tonta** – глупая.

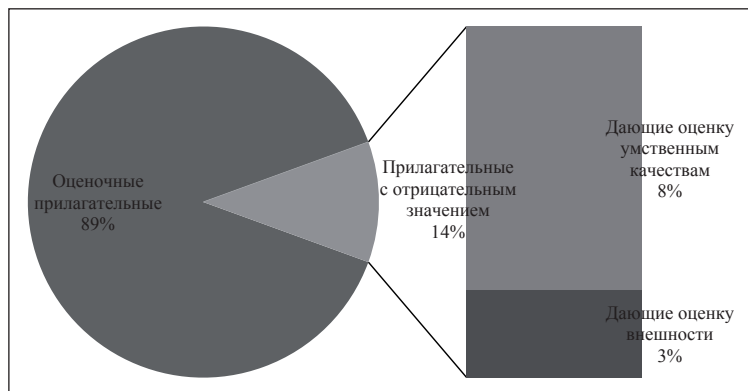


Рис. 3. Классификация пиропо, выраженных прилагательными

Также среди примеров пиропо можно выделить основные образы женщины выраженные в них:

1) Образ королевы или богини, то есть определение статуса женщины как выше своего собственного, придавая ей значение чего-то недостижимого, однако

желанного. Данный образ также непосредственно связан с рыцарством и идалго, которые присущи национальному характеру испанского мужчины, что отражается не только в фольклоре (классическим примером является роман Мигеля де Сервантеса «Хитроумный идалго Дон Кихот Ламанчский»), но и в современной жизни.

2) Инфантилизация женщины, выражая ее нежность, невинность, а иногда даже незрелость в физическом и умственном плане (что также выражается в прилагательных с отрицательным значением, о которых речь шла ранее). Данные пиропо в большей мере относятся именно к характеру и поведению женщины, поскольку традиционно женский пол является слабым, и женщин нужно защищать и оберегать, как и детей.

3) Пиропо, выраженные такими словами как «кукла» или «куколка», что является объективизацией эталонов женской красоты, а в частности фигуры. Однако, необходимо отметить, что куклы обычно имеют нереальные для человека формы, что влияет на искажение восприятие женщины в современном мире.

Таким образом, из анализа формы обращения в рамках ситуации пиропо можно сделать вывод, что комплименты, выраженные в пиропо, являются отражением отношения мужчин к женщинам. В первую очередь, посредством пиропо выражаются идеалы воплощения женщины, а именно внешние качества, умственные способности, поведение и т.д. Мужчины стараются в своих комплиментах также выразить свои чувства, которые вызывают присутствие той или иной женщины: восхищение, недосыгаемость, обожание. Во всех средствах выражения вышепечисленных эмоций можно проследить культурный характер испанцев.

ЛИТЕРАТУРА

1. Воеводина Г. А. Оценочные имена человека в современном русском языке / Г.А. Воеводина // Проблемы истории, филологии, культуры. – М. и др., 2014. – № 3 (45). – С.171–172.
2. Фирсова Н. М. Современная испанская разговорная речь: учебное пособие / Н.М. Фирсова. – 4-е изд., испр. – М.: РУДН, 2009. – 263 с.
3. Энциклопедия «Вокруг света». – URL: <http://www.vokrugsveta.ru/> (дата обращения: 01.03.2019).
4. El País. – URL: <https://elpais.com/> (дата обращения: 01.03.2020).
5. Epton N. El amor y los españoles / N. Epton. – Barcelona: Plaza y Janes, 1965. – 260 p.
6. Preisig G. Una investigación sobre el piroपो español / G. Preisig. – The University of British Columbia, 1998. – 123 p.

СУБКАТЕГОРИЯ ОПРЕДЕЛЕННОСТИ: КОНВЕРГЕНТНЫЕ ЧЕРТЫ

Шайдуллина Д.И.

Статья посвящена сравнительному анализу способов выражения категории определенности существительного в английском и французском языках в контекстуальном выражении. Основываясь на существующих в языках грамматических правилах, для выражения категории используются те или иные языковые способы. В статье представлено 50 семантических единиц.

Ключевые слова: способы выражения, морфологические признаки, категория определенности, артикли, контекст, функционирование, детерминатив.

This article is devoted to a comparative analysis of the means expressing the category of noun in the English and French languages in contextual expression. It is based on the grammatical rules existing in the languages, according to which certain language methods are used to express the category. The article presents 50 semantic units.

Key words: means of expression, morphological features, category of definiteness, articles, context, functioning, determinative.

Исследуя вопросы функционирования категории определенности существительного во французском и английском языках, нами был выявлен ряд смежных и вполне противоречивых случаев использования артикля в той или иной ситуации. Как известно, категория определенности существительного и в английском, и во французском языках выражается при помощи целого комплекса взаимодействующих языковых средств, принадлежащих к разным языковым уровням, а конкретно посредством существующих в языках артиклей, детерминативов, являющихся выразительными средствами языка и местоимений.

Такие русские ученые как М.Я. Блох [2], А.А. Реформатский [5], И.И. Ревзин, Л.С. Бархударов [1], а также иностранные лингвисты О. Есперсен [8], Т. Гивон [7], Р.О. Якобсон [6], И.А. Бодуэн де Куртенэ [4], В.Г. Гак [3] и многие другие, в разное время исследовали данный вопрос и пытались внести свой вклад в развитие исследования.

Итак, рассмотрим несколько самых распространенных случаев использования определенного артикля и других средств выражения, служащих для передачи категории определенности существительного, для демонстрации схожести языков.

И первым примером для нас послужит способ выражения категории определенности через определенный артикль, используемый для обозначения предмета, указывающий на его уникальность, неповторимость, единственность в своем роде. Пример: 1. *La Statue de la Liberté est un symbole de l'Amérique.* – Статуя Свободы – символ Америки. – *The Statue of Liberty is a symbol of America.* 2. *J'espère que le Pacifique est aussi bleu que dans mes rêves.* – Надеюсь, Тихий океан такой же синий, как и в моих мечтах. – *I hope the Pacific is as blue as in my dreams.*

Вторым схожим пунктом обязательного использования определенного артикля как для французского, так и для английского языка являются существительные, обозначающие предмет, выступающий в контексте, как единственно возможный, единственный в обстановке. Пример: 1. *Steve, ouvrez la porte, c'est Caroline* – Стив, открой дверь, это Каролин. – *Steve, open the door, it's Caroline.* 2. *Prenez le cadeau et soyez reconnaissant.* – Возьми подарок и будь благодарным. – *Take the gift and be grateful.*

Далее рассмотрим случай использования определенного артикля для существительных, обладающих значением определенности, посредством указывающих на них факторов, через контекст, как на предмет, о котором и идет речь.

Пример: 1. *Apportez-moi le magazine qui est sous les piles de vieux livres.* – Принеси мне журнал, что находится под грудами старых книг. – *Bring me the magazine under the stacks of old books.* 2. *Le journal que je lis m'a dit tellement de choses intéressantes.* – Газета, что я читаю рассказала мне столько всего интересного. – *The newspaper I read told me so many interesting things.*

Очередным примером синонимичной ситуации обязательного использования определенного артикля выступает правило, гласившее, что слова, употребляющиеся в контексте неоднократно, должны использоваться с артиклем определенности. Представленный пункт является абсолютно идентичным для обоих языков, что иной раз убеждает нас в схожести морфологических признаков, сопоставляемых языков. Пример: 1. *Dans la rue, j'ai rencontré un étranger. Cet étranger ne tenait qu'un chiot né dans ses bras. Le chiot regarda le maître et s'endormit doucement.* – На улице мне повстречался незнакомец. Этот незнакомец держал на руках только родившегося щенка. Щенок посмотрел на хозяина и сладко уснул. – *On the street I met a stranger. This stranger was holding a newborn puppy in his arms. The puppy looked at his master and fell asleep sweetly.*

Следующим примером послужит детерминатив, выступающий через указательное местоимение. Пример: 1. *Ouvres ce pot. Tu dois ajouter son contenu à la salade* – Открой эту банку. Ты должен добавить ее содержимое в салат. – *Open this jar. You need to add its contents to the salad.* Анализируя представленный пример, можно смело утверждать, что в обоих языках использование указательного местоимения выступает показателем определенности объекта, что в нашем случае служит еще одним доказательством схожести функций категории определенности и языкового родства.

Последующим примером близости языков по морфологическому признаку послужат языковые средства, выражающиеся через притяжательные местоимения. Следует отметить отсутствие как в первом, так и во втором случае артикля определенности *the* – *la, le*, однако, несмотря на их визуальное отсутствие, их легко можно распознать среди притяжательных местоимений, играющих ту же функцию, что и сами артикли. Пример: 1. *Il a également remercié le Président de sa direction avisée et de sa contribution importante aux résultats de la session.* – Он также выразил признательность Председателю за его умелое руководство и существенный вклад в работу сессии. – *He expressed thanks also to the Chairman for his able leadership and substantial contribution to the achievements of the session.* 2. *L'État partie conclut que de telles incohérences concernant l'aspect central de son histoire minent gravement la force globale de son cas.* – Государство-участник считает, что упомянутые несоответствия в основном аспекте его версии серьезно подрывают общую обоснованность его дела. – *The State party concludes that such inconsistencies concerning the central aspect of his story seriously undermine the overall strength of his case.*

Далее рассмотрим использование определенного артикля перед порядковыми числительными. Во французском языке, как и в английском языке, его наличие строго обязательно. Однако, следует отметить, что в письменном английском языке, часто можно заметить опущение определенного артикля, тогда как в устной речи он присутствует обязательно. Также опущение артикля можно наблюдать

в тех случаях, когда числительное используется в качестве наречия. Во французском языке также можно встретить редкие случаи отсутствия и замены определенного артикля. Для данного языка это является нормой. Но, тем не менее, в общепринятых правилах артикль определенности используется в обоих случаях, поэтому мы смело отнесем его к еще одному случаю изоморфизма. Пример: 1. *En 2001, le premier projet de loi a été présenté au Parlement ukrainien.* – В 2001 году парламенту Украины был представлен первый законопроект. – *In 2001, the first draft of the Law was presented to the Parliament of Ukraine.* 2. *Le centième instrument de ratification remis par le Mexique constitue un jalon sur la voie de l'universalité de la Cour.* – Переданный Мексикой сотый документ о ратификации является поистине вехой на пути к достижению универсального характера суда. – *The 100th ratification submitted by Mexico is indeed a milestone towards achieving the universality of the Court.*

Также мы бы хотели обратить внимание на качественные прилагательные в превосходной степени. Как нам известно, у данного примера отклонений от правила не выявлено, поэтому мы смело можем отнести его к очередному признаку тождества. Пример: 1. *On dit qu'il est le plus bel homme des sept royaumes.* – Говорят, что он самый красивый мужчина в Семи королевствах. – *They say that he is the most handsome man in the Seven Kingdoms.* 2. *Le Bangladesh estime que la plus grande menace pour l'humanité provient de la persistance des armes de destruction massive.* – Бангладеш считает, что самая большая угроза для человечества вызвана сохранением оружия массового уничтожения. – *Bangladesh believes that the greatest threat to humanity comes from the continued existence of weapons of mass destruction.*

Итак, помимо вышеперечисленных случаев употребления артикля определенности, а также соответствующих детерминативов, указывающих на определенность предмета, следует погрузиться в глубь языкового мира и рассмотреть случаи эмфатического использования артикля. В подобных предложениях как такового артикля в тексте нет, но посредством голоса, интонации, подчеркивающих конструкций, предмет, о котором идет речь, приобретает значение не только единичности, но и особой значимости, бесценности. Пример: 1. *“Cette” chose restera ici!* – “Эта” вещь останется здесь! – *“That” thing will stay here!* 2. *Désolé, Leonard, ça ne te regarde pas, ce qui se passe avec Stuart.* – Извини, Леонард, это не твое дело, что происходит у нас со Стюартом. – *Sorry, Leonard, this is none of your business what's going on with Stuart and me.*

Неоспоримое превосходство, преимущество предмета можно выразить через придаточные определительные, допустим, посредством вводно-придаточной конструкции. Пример: 1. *Oui, la personne que je désire, c'est ton frère.* – Да, человек, который мне симпатичен это твой брат. – *Yeah, the person I like is your brother.* 2. *Je savais qu'il allait essayer de voler un dispositif à un de mes clients, alors je l'ai piégé pour reprendre l'argent qu'il avait volé.* – Я знала, что он попытается украсть устройство у моего клиента, так что я использовала это, чтобы вернуть деньги, которые он украл. – *I knew he was gonna try to steal a device from one of my clients, so I tricked him into taking back the money he stole.* Как мы видим в английском языке вводно-придаточная конструкция может опускаться, выражаться

без явного показателя – местоимения, как это было продемонстрировано в примерах с переводом на французский язык. Это языковая норма. Тем не менее, это не мешает языку придавать общей фразе, а в частности, отдельным его членам, дополнительную весомость, важность.

Во французском языке есть одна замечательная конструкция, которая наряду со всеми остальными, ранее затронутыми, позволяет индивидуализировать предмет при помощи дополнения, выраженного существительным с предлогом **de**. В английском языке данной конструкции нет, что, конечно, же будет указывать на расхождение в языках как минимум, но в ходе теоретической работы нами было выявлено, что в английском языке существуют целых две, вполне схожих конструкции, только выглядят и звучат они немного иначе. А именно: притяжательные местоимения, выражающие предикативную функцию и посессивная конструкция с частицей **of**. Пример: 1. *Le grand final de l'exposition de Somerset House est la robe de mariée de Marie-Chantal Miller portée lors de son mariage avec Paul de Grèce en 1995.* – Великий финал выставки в Сомерсет-хаус – свадебное платье Мари-Шанталь Миллер для ее свадьбы с Павлосом из Греции в 1995 г. – *The grand finale of the Somerset House exhibition is the wedding dress of Marie-Chantal Miller worn during her marriage to Paul of Greece in 1995.* Как мы видим обе конструкции служат одной цели: индивидуализации предмета. Только выражаются они согласно нормам и правилам своего языка, то есть разными способами. В дополнение хотелось бы привести перевод этого же предложения на английский язык, через притяжательное местоимение, выражающее предикативную функцию. Пример: *The Grand finale of the Somerset house exhibition is Marie-Chantal Miller's wedding dress for her wedding to Pavlos of Greece in 1995.* – Очевидно, что все три варианта конструкции схожи в своей сути и играют равнодействующую роль.

Далее рассмотрим пример таких предложений, где неповторимость объекта проявляется за счет имеющихся в предложениях таких прилагательных, использование которых обязательно сопровождается наличием определенного артикля. Пример: 1. *Le côté droit est éclairé mais le gauche est dans le noir jusqu'en haut.* – Вся правая сторона освещена, а левая темна до самой крыши. – *Le côté droit est éclairé mais le gauche est dans le noir jusqu'en haut.* 2. *Et ironiquement c'est ma femme la seule femme de cette famille qui se préoccupe le moins de moi.* – Ирония в том, что моя жена – единственная женщина в этой семье, которой на меня плевать. – *The irony is that my wife is the only woman in this family who doesn't care about me.*

Интересен факт того, что и в английском языке, и во французском существуют слова, которые также используются с определенным артиклем, однако, если в английском языке в правилах существует отдельная строка, гласившая, что с определенным рядом слов необходимо наличие того или иного артикля, то во французском, такого подпункта не наблюдается. Но, тем не менее, они также выступают в предложениях с артиклем **la**, **le** или **les**. Пример: 1. *Tu as probablement encore emmené ta nièce au cinéma.* – Опять, небось, водил свою племянницу в кино. – *You probably took your niece to the cinema again.* 2. *Peur de cette responsabilité, peur d'être enchaînée, de devoir quitter le théâtre.* – Испугались ответственности: стать связанной, покинуть театр. – *Fear of this responsibility, fear of being chained, fear of having to leave the theater.*

И, пожалуй, последним примером в этом разделе для нас послужит изоморфизм понятий, требующий очередное присутствие артикля определенности, которому и была посвящена проделанная работа. Во французском языке, как и в английском, существует ряд условий, когда необходимо использование определенного артикля. Однако, несмотря на огромный спектр правил и схожих между собой случаев, представленных выше, имеются в правилах языка и несоответствия. Тем не менее, мы бы хотели рассмотреть отдельные случаи, которые все же находят свое тождество в другом языке, несмотря на явные отличия присутствующие в правилах грамматики языков. И в нашем случае это – название рек, морей, океанов и пустынь, перед названием которых присутствует определенный артикль. Пример: 1. *Selon le New York Times, pour citer des militaires américains, le désert du Sahara est en train de devenir un «nouvel Afghanistan».* – Согласно «Нью-Йорк Таймс», ссылающейся на американский военный персонал, пустыня Сахара становится «новым Афганистаном». – *According to the New York Times, quoting u.s. military, the Sahara desert is becoming a « new Afghanistan «.* 2. *De l'avis unanime de la commission, le canal de navigation en eau profonde entre le Danube et la mer Noire dans le secteur ukrainien du delta du Danube aurait un impact transfrontière préjudiciable important.* – Комиссия пришла к единогласному мнению, согласно которому, глубоководный судоходный канал Дунай – Черное море в украинском секторе дельты Дуная окажет существенное отрицательное трансграничное воздействие. – *In the unanimous opinion of the Commission, the deep-water navigation channel between the Danube and the Black Sea in the Ukrainian sector of the Danube delta would have a significant adverse transboundary impact.*

Подводя итоги, хотелось бы отметить, что любой анализ текста по способам выражения изучаемой категории, так или иначе, полностью или частично, будет зависеть от контекста. И в завершении следует подчеркнуть, что доминирующей тенденцией, установленной нами, является изоморфизм способов выражения категории определенности. Многие из представленных нами примеров и случаев являются полностью одинаковыми, что служит явным показателем их морфологической идентичности. Конечно, представленные в работе языки не являются представителями одной языковой ветви, однако, опираясь на изученные и проанализированные нами случаи способов передачи категории определенности, а также примеры, иллюстрирующие способы их выражения, указывают на то, что грамматическая основа языка, картина восприятия и процессы функционирования самой категории внутри языка, развитие и, конечно же, морфология артиклей языков являются одинаковыми.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бархударов Л.С. Очерки по морфологии современного английского языка / Л.С. Бархударов. – М.: «Высшая школа», 1975. – 156 с.
2. Блох М.Я. Теоретическая грамматика английского языка / М.Я. Блох. – М.: Academia, 2005. – 255 с.
3. Гак В.Г. Сравнительная типология французского и русского языков / В.Г. Гак. – М.: Просвещение, 1989. – 286 с.
4. Избранные труды по общему языкознанию: в 2 т. – М.: Издательство Академии наук СССР, 1963. – Т. 1. – 384 с.

5. Реформатский А.А. Введение в языковедение / А.А. Реформатский. – М.: Аспект Пресс, 1996. – 275 с.
6. Якобсон Р.О. Взгляды Боаса на грамматическое значение / Р.О. Якобсон. – URL: <http://abuss.narod.ru/Biblio/jacobson1.htm> (дата обращения: 17.12.18).
7. Givon T. On Understanding Grammar / T. Givon. – М.: Revised edition, 2018. – 321 с.
8. Otto Jespersen. The Philosophy of Grammar / Jespersen Otto. – URL: <http://www.alleng.ru/d/engl/engl33.htm> (дата обращения: 17.11.18).

СЛОВАРНОЕ ОПИСАНИЕ СЕМАНТИЧЕСКОГО ПОЛЯ «ЭМОЦИОНАЛЬНЫЕ СОСТОЯНИЯ, ЧУВСТВА»

Шевцова А.А.

Статья посвящена характерным особенностям фразеологизмов, относящихся к семантическому полю «Эмоциональные состояния, чувства», выявленных на основе корпусного и семантического анализа. В статье предложены варианты классификации фразеологических единиц, отобранных в лексикографических источниках.

Ключевые слова: фразеология, идеография, фразеологическая единица, классификация, корпусный анализ.

The article describes characteristic features of phraseological units related to the semantic field “Emotional states, feelings”, identified on the basis of corpus and semantic analysis. The article offers variants of classification of phraseological units selected in the lexicographic sources.

Key words: phraseology, ideography, phraseological unit, classification, corpus analysis.

Актуальной и дискуссионной темой в современном языкознании является вопрос языкового значения, а определение семантического значения фразеологических единиц представляется большинству ученых наиболее сложным. Идиомы, несмотря на частотность употребления, не имеют единого, четкого определения. Так, в начале XX века И.Е. Аничков приходит к выводу, что пословицы, поговорки, а также сочетания предлогов и слов, объединенных свойством устойчивости, следует обозначать одним термином «идиоматизмы» [1]. Огромный вклад в изучение русской фразеологии вносит В.В. Виноградов, который на основе своих исследований выделяет три вида фразеологических единиц, а именно: фразеологические сращения, фразеологические сочетания и фразеологические единства [4]. А.А. Реформатский относит к термину «идиома» все устойчивые сочетания слов, а также является автором концепции, согласно которой не только сочетания, но и отдельные слова, употребляемые в переносных значениях, могут считаться идиомами [5].

Специфичная черта идиом, как языкового материала для исследования, заключается в их неравномерном распределении по различным понятийным сфе-

рам. Значения целых групп идиом часто относятся к одним и тем же явлениям, объектам или действиям. Именно поэтому, при семантическом описании идиом следует группировать их по смыслу, основываясь на индуктивном подходе [2]. Сравнение близких по значению фразеологических единиц делает возможным выявление и описание их индивидуальных отличительных особенностей.

В данной статье речь идет об исследовании, проводимом на материале идиом семантического поля «Эмоциональные состояния, чувства».

Цель работы: раскрыть семантические свойства идиом семантического поля «Эмоциональные состояния, чувства».

Методами исследования послужили корпусный и семантический анализ.

В ходе нашего исследования была создана следующая классификация семантического поля «Эмоциональные состояния, чувства». Мы подразделили семантическое поле на восемь таксонов: Радость/печаль; Смелость/страх; Желание/нежелание; Заинтересованность/ безразличие; Стыд/отсутствие стыда; Неудовольствие/недовольство/неодобрение/злоба/ злость/ярость/гнев/раздражение/ возмущение/досада; Удивление и Обида. Такая классификация идиом на таксоны успешно отражает основные проявления эмоций. Каждый таксон подразделяется еще на несколько подтаксонов. Таким образом, эмоциональное состояние «радость» может быть вызвано «удовольствием, счастьем», тогда в эту категорию мы отнесем фразеологизмы *be on the top of the world* *быть на седьмом небе*; *have a time of one's life* *пережить один из лучших моментов своей жизни*. Однако причиной радости может быть также отсутствие тревог и обид, тогда фразеологизмы типа по *resentment against someone* *не таить злобы* или *take a load off someone's mind* в значении *снять груз с души* будут определены в подтаксон «успокоение, избавление от тревог».

Названия таксонов связаны между собой антонимическими отношениями. Следовательно, эмоция, противопоставленная радости есть печаль. В таксоне «печаль» был выявлен подтаксон «слезы и плач», как следствие или результат печали. Проанализировав фразеологизмы данной группы, можно выявить частые случаи метафорического сравнения, например, *cry like a baby* *плакать как ребенок*; *cry like a banshee* *издавать леденящий душу вопль* или схожий с русским вариантом фразеологизм *crocodile tears* в значении *крокодиловы слезы*.

Фразеологическая единица может отражать степень того или иного чувства. Фразеологизмы, относящиеся к подтаксону «отчаяние, страдание, тоска», такие как *be in deep water* *завязнуть в проблемах* или *feel blue* *хандрить* передают меньшую степень отчаяния, чем идиома *with a rope round one's neck* *в отчаянном положении*.

Часто, одно и то же чувство имеет различные коннотации. Так, например таксон «смелость/страх» включает в себя испуг, схожий с удивлением, например, *give someone a turn* *напугать*, а также страх, вызванный трусостью, негативно оцениваемый обществом. Основываясь на этом факте, идиому *put one's tail between one's legs* в значении *испугаться*; *струсить* относим в группу «боязнь, трусость».

Среди отобранных идиом, наибольшее число фразеологических единиц мы определили в таксон «неудовольствие, недовольство, неодобрение, злоба, злость,

ярость, гнев, раздражение, возмущение, досада». Именно этот таксон мы взяли для детального корпусного анализа при помощи British National Corpus (BNC) для рассматривания контекстов использования выбранных нами идиом.

Для четырёх идиом *fed to the teeth* *сыт по горло*, *lose one's wool* *вытти из себя*, *cast a shade* *омрачать*, *pour out vials of wrath* *излить свой гнев* не удалось найти контекста в используемом ресурсе.

У двух фразеологических единиц удалось найти дополнительное значение, не имеющее отношения к выбранному таксону. Идиома *pay off/settle/wipe off a score/old score* выражает: 1) *зlobу; желание отомстить за причиненное зло*, например: In the old West they *paid off a score* with bullets (BNC); 2) *расплату по счетам, долги*: Officer on special duty for disobeying the PM in the Hajj corruption case – is *settling an old score* with the help of elements in the establishment (BNC).

Такая же ситуация происходит с фразеологизмом *get into a row*, который выражает: 1) *недовольство, ссору*: If they do *get into a row*, simply intervene and separate them for a moment without taking a side (BNC); 2) *наказание, нагоняй*, например: He *got into a row* for being late at the office (BNC).

Также удалось выявить, что идиома *to put somebody's teeth on edge* в значении: *надоедать, раздражать* используется реже, чем ее вариант с глаголом *set*: Brushing my hair *set my teeth on edge* but I finally got most of it laying down, and at least you couldn't see my new bumps from the front (BNC).

Фразеологизмы наилучшим образом отражают национальный характер носителей языка, помогают выявить специфические, присущие определенной нации черты. Семантические поля различных языков в основном совпадают и являются идентичными. Однако в ходе семантического анализа, нам удалось выявить фразеологические единицы, которые входят в семантическое поле «Эмоциональные состояния, чувства», но при этом, не относятся ни к одному из имеющихся таксонов русского языка [5]. Таким образом, мы выделяем 3 таксона, которые отражают черты, присущие англичанам, выраженные сквозь призму фразеологических единиц.

Сдержанность. Открытое проявление эмоций осуждается в английском обществе, а сдержанность и самоконтроль высоко ценятся и являются свидетельством эмоциональной зрелости. Выражение эмоций в русском обществе, как раз наоборот, является естественным и расценивается как искренность. В эту группу вошли фразеологизмы: *keep up appearances*, *соблюдать приличия*; *mask one's batteries* *скрывать свои намерения*; *not to bat an eyelid* *глазом не моргнуть*; *ухом не повести*.

Стремление быть лучшим. Если русский человек готов жертвовать собой во имя счастья другого, то англичанин будет добиваться всего сам. Им характерно желание превзойти оппонента тем или иным способом. Поэтому они стараются всегда показывать свою лучшую сторону: *be on ones best behavior* *быть чрезвычайно вежливым*; *give a good/splendid/account of oneself* *хорошо себя зарекомендовать*; *быть на высоте*.

Враждебность. Не все черты, характеризующие национальные особенности, являются положительными. Так, англичанам, так же, как и представителям других этнических групп, присуще сильное чувство враждебности в отношении мно-

гих ситуаций или людей: *chew someone* *ворчать, отчитывать*; *cherish a snake in bosom* *пригреть змею на груди*.

Таким образом, в ходе семантического и корпусного анализа идиом семантического поля «Эмоциональные состояния, чувства» мы пришли к выводу что, идиомы, выражающие негативные эмоции более частотны в употреблении и разнообразны по своей форме в сравнении с идиомами, имеющими положительную коннотацию. Фразеологические единицы отражают специфику национального характера той или иной страны, поэтому их анализ позволяет нам выявить и изучить их. Информация о значении идиом, данная в словарях, не всегда отражает все их значения. Поэтому мы все чаще обращаемся к корпусам, когда нам нужно найти реальное значение той или иной идиомы, так как в них мы находим аутентичные контексты нужного нам языка. Многозначность идиом во многом зависит от контекста, именно поэтому, изучение корпуса является важным этапом лингвистического исследования.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Аничков И. Е.* Вопросы языкознания / И. Е. Аничков // Журнал вопросы языкознания. – № 1. – М.: Наука, 2002. – С.140–146.
2. *Добровольский Д.О.* Семантика фразеологизмов: иерархия или сеть? / Д.О. Добровольский; А.Н. Баранов. – URL: <http://www.dialog-21.ru/media/1480/5.pdf> (дата обращения: 01.04.2020).
3. *Кунин А.В.* Англо-русский фразеологический словарь / А. В. Кунин. – М.: Русский язык, 1984. – 945 с.
4. *Кунин А.В.* Фразеология современного английского языка / А. В. Кунин. – М.: Международные отношения, 1996. – 287 с.
5. *Реформатский А.А.* Введение в языкознание / Под ред. В.А. Виноградова. – М.: Аспект Пресс, 1996. – 536 с.
6. Словарь-тезаурус современной русской идиоматики. Под ред. А.Н. Баранова, Д.О. Добровольского. – М.: Мир энциклопедий Аванта+, 2007. – 1135 с.

РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ КУЛЬТУРНОГО КОНЦЕПТА «ПРИВАТНОСТЬ» В НЕМЕЦКОЙ И РУССКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРАХ

Шевченко А.С.
Заглядкина Т.Я.

В данной статье исследуются лексико-семантические особенности и образная составляющая концепта «Приватность» в русской и немецкой языковых картинах мира как один их важных компонентов лингвокультурного концепта. В качестве предмета исследования выступают языковые ассоциации респондентов Германии и России, отражающие концепт «Приватность».

Ключевые слова: концепт, языковая картина мира, культура, язык, лексико-семантическое поле, приватность.

This article examines the lexical and semantic features and the figurative component of the concept of “privacy” in the Russian and German linguistic views of the world as a

necessary part of both cultures. The subject of the research is the language associations of respondents in Germany and Russia reflecting the concept "Privacy".

Key words: concept, linguistic view of the world, culture, language, lexical-semantic field, privacy.

В современной лингвистике вопрос взаимоотношения языка, культуры мышления и сознания вне сомнений представляет особый интерес для исследований. Именно благодаря языку можно наиболее точно и во всей мере познать другой этнос, особенности народного характера, а также проследить историческое влияние на культуру того или иного народа. Поэтому и человек, и его сознание становятся главным объектом изучения для таких наук как психолингвистика, когнитивная лингвистика, этнолингвистика и лингвокультурология.

Многие лексические единицы различных языков имеют множество смысловых оттенков или совсем изменяют первоначальный смысл высказывания при передаче одинаковой идеи. Объектом исследования в нашей статье становится термин «концепт», позволяющий в полной мере провести анализ схожих языковых единиц в разных культурах и оценить каким образом каждый язык концептуализирует и представляет окружающий мир.

Понятие «концепт» многогранно и находит свое применение во многих областях, от точных наук до гуманитарных. В лингвистике оно появилось сравнительно недавно, однако уже стало объектом исследования многих языковедов.

Согласно А.Н. Шершнёвой, в рамках современной лингвистики, существуют следующие подходы в описании концепта: логический, логико-понятийный, философский, психолингвистический, культурологический, семантический [5]. Т.С. Нифанова решает выделить и объединить исследования концепта на лингвистическом уровне в следующие направления: исследования в рамках когнитивной лингвистики, исследования в рамках психолингвистики и исследования в рамках лингвокультурологии [2].

Концепт – понятие емкое и многогранное. Наверное, поэтому до сих пор нет его единого определения. Так, Е.С. Кубрякова, представитель когнитивного подхода, понимает под концептом единицу сознания (особенности психики, восприятие мира, память), которая структурирует знания и накопленный опыт человека [7].

Представители лингвоконцептологического подхода С.Г. Воркачев и В.И. Карасик рассматривают в качестве концепта основную единицу сознания, которая содержит в своей структуре чувственные образы, информационное и интерпретационное поля [3, с. 256].

В лингвокультурологии концепт рассматривается в качестве категории, обладающей наиболее полным значением, чем слово или понятие, так как концепт создает определенное ценностно-ориентировочное представление в мышлении человека о слове, расширяя тем самым его значение.

В течение всей жизни человек накапливает опыт и знания, формируя вокруг себя ценностное восприятие окружающего мира, модель поведения. Тем самым человек образует концептуальную составляющую по отношению к предметам и явлениям в мире, процесс формирования которой, не прекращается всю жизнь,

чем объясняется один из признаков концепта – его изменчивость. Внутри сознания постепенно накапливаются образные сочетания или гештальты, которые затем преобразуются в единую систему, то есть концепт.

Понятие языковой картины мира формируется на основе того, как человек воспринимает мир, следовательно, тут важен накопленный опыт. Сколько существует различных этносов и культур, столько же есть языков и картин мира, в том числе языковых.

Взаимосвязь концепта и языковой картины мира состоит в том, что он является основной ее единицей. Языковая картина мира в свою очередь стремится представить в совокупности общее представление о мире, которое с течением времени сформировалось в сознании определенного языкового коллектива и нашло свое отражение в языке [6].

Сам по себе концепт реализуется в общем сознании людей, а также моделях поведения, психических особенностях и менталитете. В настоящей статье мы рассмотрим некоторые проявления концепта «приватность» в разных культурах, а затем перейдем к анализу его образной составляющей.

Культурный концепт «Приватность» в своем роде выступает как регулятор для межличностных и институциональных отношений. Этот концепт обладает субъективным характером ввиду своей автономности от других слов, и его значение воспринимается на подсознательном уровне.

Трудность изучения данного концепта заключается, прежде всего, в его неполной концептуализации. В западноевропейских лингвокультурах концепт «Приватность» имеет следующие значения: то, что касается определенного человека; чья-то собственность; изолированность; негосударственный; тайный; конфиденциальный. Однако даже тут прослеживается его сугубо имплицитный характер [1].

В исследовательских трудах ученых термин «приватность» появился в конце XIX века, а именно в эссе «Право на приватность» американских юристов Луиса Д. Брендиса и Сэмюэля Д. Уоррена, где они определяли приватность, как «право быть одному» и «право на быть оставленным в покое» [9]. Австралийский ученый Р. Кларк позднее указал, что приватность является личной ценностью, к которой стремится человек для своего собственного счастья и спокойствия [8, с.125].

Для проведения анализа мы приняли за основу структурную модель концепта В.И. Карасика, которая состоит из трех компонентов: ценностного, образного и понятийного [4, с.13]. В нашей статье мы подробнее остановимся на образной составляющей и проведем анализ ассоциативного поля концепта. Образную составляющую чаще всего выявляют при помощи проведения ассоциативного эксперимента, предполагающего анкетирование респондентов. По мнению психолингвистов, такое ассоциативное поле, полученное в результате эксперимента, позволяет сложить целые фрагменты концептосферы этноса. Такая концептосфера отражается и закрепляется на подсознательном уровне представителями определенной культуры. Анализ позволяет внимательно рассмотреть, какое смысловое значение вкладывают носители того или иного языка в определенное слово-стимул, а также исследовать концептуальные взаимосвязи в языковой системе носителей языка.

Материалом исследования послужили результаты опроса, полученные в результате ассоциативного эксперимента, проводимого среди респондентов России и Германии. Нами было опрошено 64 русских и 57 немецких информантов разной возрастной категории (от 21 до 55 лет). Испытуемым предполагалось указать ассоциации, от одного до трех слов или словосочетаний, на слово-стимул «приватность». Ниже приведены ассоциации, указанные русскими респондентами, в порядке убывания.

ПРИВАТНОСТЬ (64): личное (6), секрет (5), личная жизнь (3), интимность (3), личное пространство (2), личность (2), комната (2), что-то свое, телефон, тайна, беседа, защита, надежность, знаменитости, безопасность, интернет, персональные данные, уединение, свобода, конфиденциальность, анонимность, собственное, скрытое, индивидуальный, закрытость, частность, миф, черный цвет, стеклянный куб, скрытое от посторонних глаз, романтика, сложно достижимое, одиночество, иллюзия, избранность, доступность не для всех, танец, неприкосновенность, вид информации, которой я владею без возможности ее распространения, границы.

Мы разделили указанные выше ассоциации на несколько следующих групп.

1. Ассоциаты, связанные с личной информацией: личное (6), секрет (5), тайна, персональные данные, собственное, вид информации, которой я владею без возможности ее распространения, телефон, интернет.

2. Ассоциаты, связанные с личным пространством: личная жизнь (2), личное пространство (2), комната (2) уединение, индивидуальный, неприкосновенность, границы, одиночество, защита.

3. Ассоциаты, связанные с абстрактными понятиями: интимность (3), миф, иллюзия, избранность, сложно достижимое, черный цвет, стеклянный куб, романтика, свобода.

Анализ ассоциаций русских информантов на слово-стимул «приватность» показал, что большее число реакций составляют существительные (96%), прилагательные же в свою очередь лишь 4%. Восприятия мужчин и женщин в отношении концепта «приватность» схожи, представители обоих гендеров указали схожие по смыслу абстрактные ассоциации, однако стоит отметить, что реакции женщин были более разнообразны. Именно они являлись преимущественно прилагательными, что указывает, прежде всего, на открытость женского мышления.

В результате анализа полученных реакций можно сделать некоторые выводы. На первом месте у русских респондентов находятся ассоциаты, относящиеся к персональным данным, а именно наиболее частотными ассоциациями являются *личное* (6) и *секрет* (5). Следовательно, можно сделать вывод о том, что данная семантическая группа в первую очередь ассоциируется у носителей русского языка с приватностью и беспокойством потери каких-то данных. Вторыми по частоте употребления являются ассоциаты, относящиеся к личному пространству и ассоциирующиеся с личной неприкосновенностью и защитой. Последнюю группу составляют ассоциаты абстрактного значения, где самая многочисленная подгруппа связывается с интимностью.

Проведя анализ, мы можем выявить структуру концепта «Приватность». Ядро концепта – это личная информация (18 ассоциатов); ближняя периферия концепта

та – это личное пространство (12 ассоциатов), дальняя периферия концепта – это абстрактные существительные и словосочетания (11 ассоциатов).

В результате эксперимента было обнаружено, что в современном сознании носителей русского языка приватность имеет в основном негативный смысл, связанный с беспокойством из-за вторжения в личное пространство. Это объясняется тем, что замкнутость, изолированность от внешнего мира, боязнь чего-то нового и неизведанного – отличительная черта русского менталитета.

Теперь рассмотрим полученные нами ассоциации немецких респондентов, приведенные ниже, также в порядке убывания.

Privatsphäre (57): Intim (7), allein sein (6), wichtig und notwendig (6), Intimität (4), Zuhause (4), Geheimnis (4), schützen (4), Datenschutz(3), Ruhe (3), schützenswert(3), Handy (3), Beziehungen (3), für sich sein (2), mein Recht (2), Zimmer (2), Ich (2), die Stunden die ich mit meiner Familie oder Mann/Lebenspartner teile, wohlfühlen, Schutzraum, Zeit und Raum für mich, Seele, geheim, Eigentum, Datennutzung, abgeschlossener Bereich, Sicherheit, Schutz, unsichtbar, persönlich, Bedürfnis, Offline, Freunde, unabdingbar, respektieren, eigene, einhalten, nur für mich, gemütlich, Digitales, Cookies, Stalker, räumlich, meine, Rückzug, Sichtschutz, mein Heiligtum, Internet, Online, Abstand, einsam, Recht, Sicher, Struktur, sicherer Ort, meine, eigen, Rückzugsort, Grenze, Raum und Zeit nur für mich selbst, geht niemanden etwas an, ich kann meine Privatsphäre teilen mit wem ich möchte, Internet, Respekt, Familie, unerwartet, erklärungsbedürftig, Passwörter, private Nachrichten, Notizen, Scham, keine Öffentlichkeit, eigener Raum, Intimsphäre, geschützt.

Мы также разделили анализируемые нами ассоциации на несколько групп.

1. Ассоциаты, связанные с личной информацией или собственностью: Geheimnis (5), Datenschutz (3), Handy (3), geheim (2), Eigentum, Datennutzung, Passwörter, private Nachrichten, Notizen, Internet, Digitales, Cookies, Internet.

2. Ассоциаты, связанные с собственным «Я»: Ich (2), persönlich (2), für sich sein (2), nur für mich, meine (2), eigene.

3. Ассоциаты, связанные с чувством защиты и безопасности: schützen (4), Sicherheit (4), schützenswert (3), sicher (2), wohlfühlen, Schutzraum, Schutz, Sichtschutz, geschützt, sicherer Ort.

4. Ассоциаты, связанные с пространством/помещением: Zuhause (4), Zimmer (2), Schutzraum, Zeit und Raum für mich, räumlich, mein Heiligtum, Rückzugsort, eigener Raum.

5. Ассоциаты, связанные с отношениями: Intim (7), Intimität (4), Beziehungen (3), die Stunden, die ich mit meiner Familie oder Mann/Lebenspartner teile, Freunde, ich kann meine Privatsphäre teilen mit wem ich möchte, Familie, Intimsphäre.

6. Ассоциаты, связанные с эмоциями, чувствами, ощущениями: allein sein (6), wichtig und notwendig (6), Ruhe (3), Seele, gemütlich.

Как показал проведенный нами анализ, ассоциации немецких респондентов намного разнообразнее, чем русских, на что указывает, к примеру, большое число ассоциатов, относящихся к разным частям речи. Большой процент от общего числа реакций составили существительные – 50%, прилагательные – 21% и глаголы – 7%. Остальные 25% – это словосочетания и высказывания.

Структура немецкого ассоциативного поля концепта «Privatsphäre» может быть показана следующим образом: ядро образуют ассоциаты, связанные со значением отношения и личной информацией, что может свидетельствовать о том, что немцы крайне зависимы от этих вещей в своей жизни. Ближнюю периферию концепта образуют ассоциаты, связанные с защитой и собственной безопасностью, в которых преобладает основа *schütz*. В ближнюю периферию также входит семантическая группа положительных эмоционально окрашенных ассоциатов. Дальнюю периферию формируют ассоциаты «Я» и ассоциаты пространства.

Сравнивая русское и немецкое ассоциативные поля, сразу привлекает внимание многообразие лексических средств, используемых немцами для передачи смысла слова-стимула «Privatsphäre». По результатам анализа можно прийти к выводу, что немцы более трепетно относятся к данному концепту, чем русские. Приватность означает для них в целом уют и стремление к личному комфорту, в то время как русские респонденты связывают данный концепт с чем-то недосягаемым, используя абстрактные понятия. К тому же в немецком ассоциативном поле, мы выделили некоторые позиции, которые отсутствовали у русских информаторов. Например, это касается семьи и отношений, а также собственного «Я», что говорит о наиболее ценностном представлении данного концепта в немецком сознании.

Таким образом, в результате проведенного анализа мы можем утверждать, что концепт «Приватность» имеет как сходства в различных языковых картинах мира, так и различия. Однако различий было выявлено все же больше. Мы выяснили, что немецкое сознание более позитивно воспринимает концепт «Privatsphäre», чем русское. Данный концепт побуждает немцев к размышлению о собственном «я», единению с семьей, в то время как носителям русского языка свойственно определять границы.

ЛИТЕРАТУРА

1. Иная ментальность / В.И. Карасик, О.Г. Прохвачева, Я.В. Зубкова и др. – М.: Гнозис, 2005. – С. 103–202.
2. К проблеме исследования концепта. Язык в проблемном поле гуманитаристики: коллективная монография студентов Поморского государственного университета им. М.В. Ломоносова (Архангельск, 2010 г.) / ред. кол.: Т.С. Нифанова, О.А. Мельничук. – М.: Архангельск, 2010. – С. 82–103.
3. *Карасик В.И.* Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Монография / В.И. Карасик. – М.: Волгоград: Перемена, 2002. – 477 с.
4. *Карасик В.И.* Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Монография / В.И. Карасик. – М.: Волгоград: Перемена, 2002. – 127 с.
5. Категория концепта в когнитивной лингвистике. Филология и лингвистика в современном обществе: сб. материалов II Международной научной конференции (Москва, февраль 2014 г.) / А.Н. Шершнева. – М.: Буки-Веди, 2014. – С. 124–126.
6. Кругосвет – универсальная энциклопедия. – URL: https://www.krugosvet.ru/enc/gumanitarnye_nauki/lingvistika/YAZIKOVAYA_KARTINA_MIRA.html (дата обращения: 31.03.2020).

7. Кубрякова Е.С. Краткий словарь когнитивных терминов / Е.С. Кубрякова, В.З. Демьянов. – М.: Филологический факультет МГУ им. М.В. Ломоносова, 1997. – С. 93-94.

8. Малюк А.А. Этика в сфере информационных технологий / А.А. Малюк, О.Ю. Полянская, И.Ю. Алексеева. – М.: Горячая линия-Телеком, 2011. – 346 с.

9. Warren S.D. The Right to Privacy (the Implicit Made Explicit). Philosophical Dimensions of Privacy / S.D. Warren, L.D. Brandeis. – Cambridge: Cambridge University Press, 2007. – P. 75-104.

ОСОБЕННОСТИ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ ЛИНГВИСТИЧЕСКОГО ЛАНДШАФТА Г. ПАЛЕРМО

*Шейн М.Р.
Середина А.Ю.*

Статья посвящена особенностям репрезентации лингвистического ландшафта итальянского города Палермо. В данной статье представлена информация о территориальном делении города и анализ эргонимикона квартала Кальса на примерах названий ресторанов, баров и магазинов, выбранных в случайном порядке с помощью различных интернет-ресурсов.

Ключевые слова: лингвистический ландшафт, итальянский язык, эргоним, Палермо, лингвистика.

The article describes the peculiarities of representation of Palermo linguistic landscape. The article presents the information on the administrative division of this city and the analysis of the ergonimicon of historical quarter Kalsa on the examples of restaurants, bars and shops, selected at random with the help of different Internet resources.

Key words: linguistic landscape, ergonym, Italian language, Palermo, linguistics.

Изучение лингвистического ландшафта базируется на представлениях одного языка, либо же множества языков в окружающем нас пространстве. Объектом такого исследования является как проявление языка в письменном виде (знак), так и взаимодействие людей с такими знаками.

Язык, проявляющийся в письменной форме, окружает нас повсеместно, потому что он отображается, как на витринах, рекламных вывесках, плакатах, так и в официальных уведомлениях, дорожных знаках и так далее. В большинстве случаев, люди не обращают особого внимания на окружающий их лингвистический ландшафт. Однако в последнее время все большее число исследователей начали более внимательно присматриваться к письменной информации, которая присутствует в публичном пространстве.

Языковой ландшафт дает возможность для контекстуального анализа языков – а именно, сосредоточиться на данных в письменной форме, доступных на

языковых знаках в конкретном регионе, округе или же пригороде. Данное понятие известно, как исследование «лингвистического ландшафта». «Лингвистический ландшафт конкретной территории, региона или городской агломерации формируется объединением языков общественных дорожных знаков, публичных мест, рекламных щитов, торговых и общественных знаков на правительственных зданиях, названий улиц» [5, с. 25].

Изучение лингвистического ландшафта является довольно новой областью исследования, с момента учреждения его первой международной конференции в 2008 г. и первого международного журнала в 2015 г. Данная трансдисциплинарная область исследований, базирующаяся на широком диапазоне различных теорий и дисциплин, например, таких как языковая политика, социология, грамотность, антропология, семиотика, социальная и человеческая география, урбанистика и политика.

В конкретном населенном пункте, на улицах и зданиях, можно встретить знаки и надписи на разных языках. Заметное сосуществование разных языков (а иногда даже и разных письменностей) можно объяснить определенными функциями, которые могут быть характерны для каждого языка. Самым доминирующим государственным языком является язык передачи официальных сообщений города [7]. Другие языки, такие как, например, английский, также могут иметь информативную функцию, но именно для иностранцев, будь то иммигранты или туристы [1]. В то же самое время, остальные языки могут иметь более символический характер [2].

Ученые-лингвисты предлагают следующую классификацию функций лингвистического ландшафта:

– Номинативная (назывная) – одна из главных для всех видов собственных имен. Данная функция заключается в том, что эргоним выделяет одно предприятие из группы других, идентифицирует его.

– Информативная (информационная) – такие эргонимы отображают данные о месте нахождения предприятия, о потенциальном клиенте компании, о специфике, о роде деятельности, о разнообразии товара и так далее.

– Рекламная – используется в названиях коммерческих компаний. Одна из самых распространенных функций в изучении лингвистического ландшафта.

– Эстетическая – присуща названиям определенных магазинов, ресторанов, отелей, студий красоты.

– Мемориальная – характерна для эргонимов, которые содержат в себе имена исторических личностей, руководителей компании, культурного учреждения.

– Конкретизирующая (индивидуализирующая) – предоставляет подробную информацию об услуге или товаре.

Палермо – город, расположенный в южной части Италии, столица автономного региона Сицилия. Город известен своей историей, культурой, архитектурой и гастрономией, играет значимую и важную роль на протяжении большей части своего существования. Город был основан более 2700 лет назад. Палермо расположен на северо-западе острова Сицилия [6].

Исторически сложилось так, что центр Палермо состоит из четырех частей (кварталов): Кальса, Альбергерия, Сералькадио и Ла-Лоджиа. Все эти кварталы соединяются на площади Кватро Канти.

Квартал Кальса был построен в начале XIX века, он был одним из первых запланированных арабских населенных пунктов, основанных когда-либо в Европе. Название Кальса происходит от слова al Khalesa (или halesa), арабского названия района, что означает «избранный». Это был административный центр города Бальхарм (Палермо), завоеванный норманнами во время битвы в начале 1072 г. [3].

Центр Кальсы располагался недалеко от того места, где сейчас находится площадь Кальса. Большая часть современной архитектуры площади выполнена в стиле «арабеск», например Греческие Ворота, они являются образцом испанского мавританского возрождения XVI века. В этом районе до сих пор сохранились узкие извилистые улочки, спроектированные еще в XI веке.

После того, как норманны захватили Палермо, они предпочли уехать на более высокую землю, обратно в Кассаро. На сегодняшний день Кальса является арабским районом с рынками и мечетями.

Район Кальса был сильно разбомблен в военные годы и был оставлен в таком состоянии на десятилетия. Это привлекло бедных поселенцев, многие из которых жили в разбомбленных руинах. Сицилийско-американская писательница Додичи Азпаду описывает его как «арабское гетто» [4]. С тех пор прошло достаточно времени и сейчас квартал оживлен, на его территории расположено много художественных галерей, отреставрированных церквей, дворцов и других туристических достопримечательностей.

В нашем исследовании квартала Кальса нами были проанализированы названия заведений общественного питания и магазинов следующих главных улиц: Via Maqueda, Via Lincoln, Foro Italico Umberto I и Via Vittorio Emanuele. К тому же, мы изучили эргонимы методом случайной выборки таких второстепенных улиц, как: Via Roma, Via Allora, Piazza Marina и Via della Vetriera. На одной улице было найдено от 6 до 11 примеров эргонимов.

На центральных изученных нами улицах района Кальса города Палермо, было проанализировано следующее количество наименований: Via Maqueda – 10, Via Lincoln – 6, Foro Italico Umberto I – 7, Via Vittorio Emanuele – 11.

Согласно собранному материалу, эргонимы центральных улиц района Кальса, расположенного в городе Палермо, в основном написаны на итальянском языке – 85% от общего количества изученного эргонимикона центральных улиц. Доля названий на английском языке на центральных улицах – лишь 15%, наличие эргонимов на других языках не было выявлено.

Во время изучения языкового ландшафта центральных улиц нами было обнаружено, что преобладает следующее количество названий ресторанов на итальянском языке (*Dalla strada alla tavola, Casa del Brodo dal Dottore, Trattoria del Pesce Fresco, Antica Osteria*). На английском же языке преобладает также количество названий баров (*LICCA – Drink Food & Sweeties, Bombay Grill and Curry, Royal Wine & Coffee*), а также названий магазинов одежды (*The Court Man, Original Marines*). Данные эргонимы воспроизводят информативную, рекламную, эстетическую и конкретизирующую функции.

Также нами было проработано следующее число названий на второстепенных улицах района Кальса: Via Roma – 6, Via Allora – 7, Piazza Marina – 6, Via della Vetriera – 7.

Основываясь на полученном нами материале, можно сделать вывод о том, что в эргонимах на второстепенных улицах доминирует, также как и на центральных улицах, итальянский язык – его составляющая 81%, а доля названий на английском языке – 19%. Эргонимов на других иностранных языках также не было обнаружено.

На второстепенных улицах можно увидеть множество названий ресторанов (*Osteria Divino Rossi, Ristorante Quattro mani, Piano B Ristorante*), магазинов (*Particolari Accessori Moda Flare, Mercato Antico*) и баров (*Caffè del Moro, Panificio Dell'alloro, Caffè del Professore*) написанных на официальном языке Италии. На английском же языке можно обнаружить некоторое количество ресторанов (*Fusion Moods, Seven Restaurant, Beatiful Day*) и также баров (*New Art Wine Bar, Sweet Bar*). Проанализированные эргонимы выполняют эстетическую, рекламную и информативную функции.

Общее количество изученных эргонимов в данной работе района Кальса города Палермо составляет 60 названий.

Опираясь на результаты произведенного нами анализа эргонимикона одного района города Палермо, мы можем сделать вывод о том, что итальянский язык – самый предпочтительный язык для номинации городских объектов. Вторым по популярности языком названий является английский и его присутствие в лингвистическом ландшафте города влияет на его использование среди жителей, его популярность. В Палермо разнообразие языков означает многообразие общества в культурном плане, что обусловлено множеством факторов, например, историей города, территориальным расположением и национальностью населения.

ЛИТЕРАТУРА

1. Боголюбова Н.М. Всемирное культурное наследие / Н.М. Боголюбова, В.И. Фокин. – М.: СПбГУ, 2015. – 368 с.
2. Третьяков Е.Н. Культурное многообразие Европы: Франция. Россия. Лингвистика и искусство / Е.Н. Третьяков. – М.: Культура, 2007. – 253 с.
3. Discovering the Kalsa. – URL: <http://www.bestofsicily.com/mag/art184.htm> (дата обращения: 14.03.2020).
4. DodiciAzpadu. – URL: <https://www.smashwords.com/profile/view/DodiciAzpadu> (дата обращения: 18.03.2020).
5. Landry R. Linguistic landscape and ethnolinguistic vitality: An empirical study / R. Landry, R.Y. Bourhis, – P.: Journal of Language and Social Psychology 16, 1997. – 27 p.
6. Palermo ti attende a braccia aperte. – URL: <https://www.visitpalermo.it/it> (дата обращения: 15.02.2020).
7. Xiao H. Minority languages in Dehong, China: Policy and reality / H. Xiao. – P.: Journal of Multilingual and Multicultural development 19, 1998. – 225 p.

ГЛАВА 2. ЛИНГВИСТИКА ТЕКСТА И ПРОБЛЕМЫ ДИСКУРСА

ЖАНРЫ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОГО ДИСКУРСА АМЕРИКАНСКОЙ ЦИФРОВОЙ ДИПЛОМАТИИ

Ганжелюк П.Ю.

Статья посвящена коммуникативным особенностям институционального дискурса цифровой дипломатии Государственного департамента США. В статье предложена классификация жанров, используемых на сайте Госдепартамента США как основной платформы для реализации институционального дипломатического дискурса в медийном пространстве.

Ключевые слова: цифровая дипломатия, теория речевых жанров, институциональный дискурс, коммуникативная цель

The article describes communicative peculiarities of the institutional discourse of digital diplomacy of the U.S. State Department. The article provides with the classification of genres used by the official site of the State Department as the main communicative platform of institutionalized diplomatic discourse in media-space.

Keywords: digital diplomacy, speech genres theory, institutionalized discourse, communicative goal.

В современном мире правительства по всему миру осознали необходимость обновить свои дипломатические инструменты. Министерства иностранных дел по всему миру продолжают расширять свои цифровые дипломатические связи, призывая послов к активным действиям в Интернет-пространстве. Данное исследование обусловлено тенденциями современной лингвистики, которое уделяет особое внимание изучению новых видов дискурса, появившихся вследствие развития информационных технологий, в частности, сети Интернет.

Рассмотрев модели жанра, разработанные В.В. Дементьевым [2] и Т.В. Шмелевой [6], мы выделили список актуальных параметров для анализа жанров дискурса институциональной цифровой дипломатии:

- коммуникативная цель и коммуникативные стратегии;
- образ автора;
- образ адресата;
- диктумное содержание сообщения (хронотоп);
- лексическое наполнение;
- особенности синтаксической структуры;
- стилистические особенности;
- отношения речежанровой вторичности-первичности.

Следовательно, нами было выделены такие жанры цифровой дипломатии как: Гипержанр официальных сайтов дипломатических ведомств:

- жанр заявления для прессы;
- жанр выступления;
- жанр текстов график публичных выступлений;
- жанр миссии дипломатического ведомства.

Официальные заявления для прессы. На сайте Государственного департамента США такие сообщения классифицируются как «*press statement*», «*media note*» или «*notice to the press*». Коммуникативная интенция данного речевого жанра состоит в передаче СМИ и общественности информации об актуальных событиях в мире и выражении позиции США:

As a follow-up to the March 30 phone call between President Trump and President Putin, the United States has agreed to purchase needed medical supplies, including ventilators and personal protection equipment, from Russia / Вследствие телефонного звонка 30 марта между президентом Трампом и президентом Путиным, Соединенные Штаты согласились закупить у российского правительства необходимое медицинское оборудование, в том числе дыхательное оборудование и средства индивидуальной защиты.

The United States is deeply troubled by escalating violence in northern Rakhine State and Chin State, where dozens have been killed and thousands have been displaced in recent months / США крайне обеспокоены эскалацией насилия в штатах Ракхайн и Чин, где в последние месяцы были убиты десятки людей, и тысячи вынуждены были покинуть свои дома.

Все заявления для прессы американского Государственного департамента составляются либо офисом действующего Госсекретаря США (Майкла Р. Помпео на март 2020 г.), либо офисом действующего пресс-секретаря Госдепартамента (Морган Ортугус на март 2020 г.). Тексты данного жанра выражают отношение Госдепартамента как института.

Сообщения Госдепартамента на официальном сайте направлены на широкую аудиторию, то есть адресатом в рамках данного жанра выступают представители различных слоев населения, разных возрастных групп и разного уровня компетентности в сфере международных отношений.

Необходимо добавить, что на официальном сайте Государственного департамента США присутствуют также сообщения-экспрессивы, преимущественно заявления-поздравления и заявления-соболезнования. Заявления-экспрессивы публикуются в ответ на актуальные события в мире:

On behalf of the American people, I congratulate you on the 60th anniversary of Senegal's independence / От имени американского народа поздравляю вас с 60-летием независимости Сенегала.

On behalf of the people of the United States, I extend my deepest condolences on the passing of former UN Secretary-General Javier Perez de Cuellar to his family / От имени народа Соединенных Штатов в связи смертью бывшего Генерального секретаря ООН Хавьера Переса де Куэльера я выражаю глубокие соболезнования его семье.

Следующим типом публикаций Государственного департамента США выступают транскрипты **выступлений сотрудников**. Данные сообщения маркиру-

ются на сайте под рубриками «*Press Availability*», «*LIVEATSTATE*» и «*Interview*». На официальном сайте регулярно публикуются брифинги пресс-секретаря США о текущей работе Госдепартамента и пресс-конференции Госсекретаря США.

В выступлениях дипломата можно выделить различные коммуникативные цели, в зависимости от формата. Например, первостепенная цель пресс-брифингов – *информирование общественности* о текущей работе Госдепартамента. В интервью – *убеждение и воздействие* на адресата высказывания. В транскриптах речей – *создание положительного образа дипломата*. В данном жанре читатели выступают в качестве вторичных адресатов сообщения, так как реципиент устной речи (журналисты на пресс-конференции/пресс-брифинге или интервьюер) является здесь непосредственным адресатом.

Лексика публичных выступлений дипломатов отличается разнообразностью. Здесь можно встретить как дипломатические/политические понятия (council person – член совета, the Arctic Council / Арктический совет, closest allies – ближайšie союзники и т. д.), так и разговорно-бытовые слова, социально или диалектно ограниченные выражения (folks, guys, heads up, zinger – колкость, my bad и т.д.) и эмоционально-оценочные лексические единицы. Синтаксические структуры публичных выступлений дипломатов могут быть представлены, как в виде простых и коротких структур в реактивных речевых актах («*Oh, good for you*», «*That's right*» и т. д.), так и в виде сложных и полных структур в монологической речи. В отличие от письменного заявления, устная речь дипломата тяготеет к упрощению стиля и более свободной структуре, как правило, из-за взаимодействия с аудиторией. В текстах устных выступлений часто наблюдается умолчание, эллипсис и инверсия.

График мероприятий руководителей бюро Госдепартамента регулярно публикуется на официальном сайте в отдельной рубрике «*Public Schedules*». Данные тексты имеют устойчивую и жесткую синтаксическую структуру и отличаются формальностью изложения. Единственной коммуникативной интенцией таких сообщений является информирование. На лексическом уровне текстов графика мероприятий стоит выделить повторяющиеся выражения (CLOSED PRESS COVERAGE, «***THE DAILY PUBLIC SCHEDULE IS SUBJECT TO CHANGE***») и наименования должностей.

Госдепартамент США, как и любое другое учреждение, имеет собственную **миссию**. Каждый отдел в структуре американского дипломатического ведомства имеет свою цель, т.е. выполняет определенную миссию. Миссия на сайте представляет собой заявление, раскрывающее причину и смысл существования бюро, и отличающее данную организацию от ей подобных.

Mission

The U.S. Department of State leads America's foreign policy through diplomacy, advocacy, and assistance by advancing the interests of the American people, their safety and economic prosperity.

Рис. 1. Миссия Государственного департамента

Первостепенная коммуникативная интенция миссии – это информирование общественности о своей деятельности. Но необходимо отметить, что данные тексты могут иметь и перзуазивную функцию, т.е. могут быть направлены на убеждение реципиента, создание положительного образа организации. Другими словами, тексты миссии организации являются полифункциональными сообщениями, реализуя одновременно несколько коммуникативных целей. Стиль таких текстов характеризуется краткостью (как правило, миссия составляет 1-2 предложения), точностью высказывания, лишенного излишней выразительности и эмоциональности. Синтаксическая структура таких текстов всегда полная с несколькими однородными придаточными:

The Bureau of Population, Refugees, and Migration (PRM) is the humanitarian bureau of the State Department. PRM promotes U.S. interests by providing protection, easing suffering, and resolving the plight of persecuted and forcibly displaced people around the world / Бюро по вопросам народонаселения, беженцев и миграции (PRM) является гуманитарным бюро Государственного департамента. PRM продвигает интересы США, обеспечивая защиту, облегчая страдания и решая тяжелое положение преследуемых и насильственно перемещенных лиц по всему миру.

Что касается отношений жанровой первичности, жанр «миссия организации» можно отнести к гибридным, «кинфоламным» жанрам (термин В. Бхатия – «информационный» + «рекламный» жанры) по причине дополнительных коммуникативных целей текстов данного жанра (информативная и перзуазивная интенции).

ЛИТЕРАТУРА

1. Бахтин М.М. Эстетика словесного творчества / М.М. Бахтин. – М.: Искусство, 1986. – 444 с.
2. Дементьев В.В. Теория речевых жанров / В.В. Дементьев. – М.: Знак, 2010. – 600 с.
3. Зонова Т.В. Публичная дипломатия и ее акторы / Т.В. Зонова. – URL: http://russiancouncil.ru/inner/?id_4=681#top-content (дата обращения: 16.11.2018).
4. Новиков Н.В. Коммуникативные стратегии цифровой дипломатии: автореф. дис. ... канд. фил. наук / Н.В. Новиков. – Москва, 2017. – 25 с.
5. Официальный сайт Государственного департамента США. – URL: <https://www.state.gov/> (дата обращения: 04.04.2020).
6. Шмелёва Т.В. Модель речевого жанра. Жанры речи / Т.В. Шмелева. – Саратов: СГУ, 1997. – С. 88–98.

ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖНОЙ РАЗГОВОРНОЙ РЕЧИ В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ФИЛЬМАХ

*Горягина В.В.
Закирова Л.Р.*

Статья посвящена особенностям английской разговорной речи, разновидностям и употреблению в различных сферах человеческой жизни. В статье предложены варианты перевода некоторых лексических единиц с английского языка на русский

и отобранные слова и выражения, характерные для разговорной речи в англоязычных фильмах.

Ключевые слова: разговорная речь, сленговые выражения, лексические особенности.

The article describes the features of English colloquial speech, varieties and use in various areas of human life. The article proposes options for translating some lexical units from English into Russian and selects words and expressions characteristic of colloquial speech in English films.

Keywords: colloquial speech, slang expressions, lexical features.

Современные исследователи за последние 20 лет стали все больше уделять внимание вопросам современной речи. Эта проблема стала одной из актуальных в сфере изучения языка, и, по мнению лингвистов, занимает важную позицию в жизни общества. Молодежная разговорная речь является неотъемлемой частью не только каждого подростка, но и взрослых людей. Здесь появляются временные рамки, которые характерны для использования конкретных выражений. мода меняется и на смену одним выражениям приходят другие, постепенно исключая из всеобщего употребления старые. Разговорная речь появляется благодаря тенденции людей сокращать выражения, чтобы экономить время. Многие учёные занимались проблематикой молодежной речи, такие как Е. Парtridge, В. Фриман, М.М. Маковский, Менкен, Ч. Леланд, Р. Гальперин, В.А. Хомяков, И.В. Арнольд, Т.А. Соловьева и многие другие. Большинство лингвистов разделяют разговорную лексику на литературную и нелитературную. Литературная лексика включает в себя книжные слова, разговорную речь. Сфера употребления этой лексики относительно широкая, люди ограничиваются ею, находясь на мероприятиях или совещаниях, в профессиональной сфере, в литературе и в неофициальном общении. Нелитературная лексика включает в себя такие разновидности как: жаргон, сленг, арго, вульгаризмы, слова, ограниченные рабочей сферой. В отличие от литературной лексики, нелитературная обладает неофициальным стилем.

Основные источники молодежной разговорной речи: [6]

- 1) движение хиппи, романтика гор, космоса (1960 – 70-е гг.);
- 2) движение андеграунд (1980 – начало 1990 гг.);
- 3) неформальные молодежные группировки (1990 – начало 2000 гг.);
- 4) компьютеризация жизни (2000 г. и по настоящее время) [6].

Основные языковые источники молодежной разговорной речи: [6]

- 1) иммигранты;
- 2) битники, бродяги, хиппи;
- 3) наркоманы, преступный мир;
- 4) армия, флот;
- 5) бизнес;
- 6) студенты, школьники, тинэйджеры;

- 7) джазовая и ультрасовременна музыка;
- 8) спорт;
- 9) фильмы Голливуда [6].

Молодежная разговорная речь является отражением жизни самой молодежи, которая стремится оградить себя от взрослого мира и найти сходство с другими людьми схожего возраста. Иногда речь отличается непохожестью на какой-либо язык, тем самым помогая каждому подростку абстрагироваться от мира взрослых и создать что-то свое. Такие слова внедряются с большой скоростью в жизнь обычных людей тоже. Этому способствует появление новых технологий и интернета, благодаря которым, слова и выражения становятся известны всем [2].

Молодежная разговорная речь представлена не только сленговыми выражениями, но и вульгаризмами, профессионализмами, жаргоном. На материале таких сериалов как “On my block” и “Sherlock” мы выявили некоторые из них и перевели на русский язык. Первый сериал – американский вариант английского, а второй – британский.

Вульгаризмы – это выражения, которые отличаются своей грубостью и обладают своей сферой употребления, которая ограничивается необразованными людьми, используются людьми, которые совершают преступления. Примеры вульгаризмов в сериалах: **jerk** – тупица, **nutcase** – псих, **scum** – слово, которое используется для людей, которые по ряду причин не вошли в ту или иную группу общества.

Жаргон является социальной разновидностью речи. Характерна для групп населения, которые обладают общими интересами, занятиями или положением в обществе. Некоторые ученые относят жаргон к определенной группе сленга, выделяя их как отдельную часть лексики, употребляемую определенной сферой. В сериале «Шерлок» ярким примером вульгаризма является слово **no-brainer**, которое используется для обозначения очевидной ситуации. В русском языке у нас есть выражение, которое также описывает это понятие и является молодежной лексикой – «это ежу ясно». В сериале “On my block” достаточное количество примеров таких как: **hook up** – встречаться с кем-то, **d*ckbag** – очень «гнилой» человек.

Профессионализмы – это слова, которые употребляются людьми, работающими на одном предприятии. Чаще всего люди, которые используют в своей речи эту лексику, связаны профессиональными интересами. В сериале «Шерлок» примерами профессионализмов являются такие слова как: **four-bagger**, **block-buster**. Слово **four-bagger** используется в контексте профессионального вида спорта и обозначает «бросок», а слово **block-buster** обозначает «бомбу», которая предназначена для разрушения огромных зданий.

Сленг – это жаргон, который несет в себе понятие молодежного сленга. Это смешивание диалектизмов и разговорной речи молодежи. В первую очередь, понятие сленг рассматривают как нарушение норм языковых стандартов. Такие выражения отличаются своей эмоциональностью, экспрессивностью. Сленг является самым распространенным видом разговорной речи и в таких странах как Англия и Америка наблюдается вытеснение обыденного языка сленгом. Многие исследователи спорят над этимологией термина «сленг».

Происхождение термина представляет собой проблему, так как авторы словарей трактуют его по-разному. В 1756 г. в литературе появилось название этому

термину “language of a low or vulgar type”, в последующие годы исследователи трактовали этот термин как “The cant or jargon of a certain period”, и уже в XX веке появилось такое определение как «Language of a highly colloquial type, considered as below the level of standard educated speech, and consisting either of new words or of current words employed in some special sense». В сериале «Шерлок» мы можем наблюдать большое количество сленговых выражений. **Walkie – talkie** – перевод в словарях совершенно разный, но в контексте этого сериала перевод приобретает саркастический характер. Главный герой высмеивает своего приятеля, который считает, что преступники обговаривают свои планы по телефону. **Sherlock Shezza** – так называет Шерлока его друг. Сокращение имен или придумывание своеобразной клички является одним из видов сленга. **Flabby** – слово, которое употребляется для описания толстых людей. **Stabbed** – данное слово используется для описания парня, качества которого нравятся всем девушкам. В сериале “On my block” было найдено огромное количество сленговых выражений таких как: **swag**– стильный, **dig**– ловить кайф, **slay** – приятно удивить, впечатлить, **crap**– чушь, ерунда, **nope** – разновидность американского варианта слова *no*.

Американский сериал “On my block” показывает все разнообразие молодежной речи, потому что все главные герои сериала – подростки, которые учатся в школе. В сериале есть такие сленговые выражения как **harsh** – грубый, **sucks** – отстой, **creeper** – подлиза, **peep** – пикнуть, **crumby** – толстый, **scaly** – мерзкий.

В современной разговорной молодежной речи используются междометия, которые помогают героям выражать свои эмоции. В сериалах найдено большое количество междометий. Такое предложение как: “*Jeez, that dude is here again*”. – «*Черт, тот чувак опять*» здесь содержит в себе слово **dude**, которое является сленгом, **jeez** – междометие, которое обозначает возмущение и удивление. **Aloha** – *алоха!* – фраза, обозначающая приветствие, **bah** – *фууу, бл*н! ц!* (усталость, скука, раздраженность), **damn** – *черт! ого! вау!* (недовольство, раздраженность, удивление), **yea, ua** – *ага, да, о, да!* (одобрение, согласие), **whoa** – *ого! ничего себе!* (удивление, неожиданность).

Многие лингвисты утверждают, что междометия являются не выкриками, а именно конвенциональными средствами. Прежде чем сказать такое слово, человек должен заранее его знать. Также связь междометий с жестами показана через такие английские междометия как **Here!** (в значении – *на, возьми*). Грамматическое оформление не используется с междометиями и пишутся отдельно в междометных предложениях.

Также существует отдельная категория слов – американизмы. Многие используют эти слова в речи, так как на их формирование влияют культурные и политические предпосылки. Невозможно найти точного аналога или определения. Такие слова как **dixie crat, squaw-man, rolling country** являются американизмами, которые появились в речи много лет назад и являются устойчивыми на определенной территории. Проанализировав два сериала, мы выяснили, что лексический состав американского английского отличается от британского варианта. Множество примеров, которые подтверждают несущественные, но различия между этими двумя вариантами: **yea** в британском английском и **yeep** в американском английском. В целом, жители США и жители Великобритании свободно

понимают друг друга, однако есть много примеров, благодаря которым можно понять, что некоторые слова все же различаются. Например, всем привычное слово **autumn** в британском варианте заменяется на **fall** в американском. Но оба носителя понимают и знают различные вариации таких слов.

На основе произведенного анализа можно сделать вывод, что вопрос об особенностях молодежной разговорной речи занимает актуальное место в современной лингвистике. Нами были выявлены разные виды современной разговорной речи на основе двух сериалов, приведены примеры и дан перевод каждого выражения. На формирование разговорной речи повлияло множество факторов, главными из которых являются временной и культурный. Мы проанализировали лексические различия между американским и британским вариантами английского языка и выяснили, они не играют никакой роли, так как на территории США знают вариации таких слов и наоборот. Все варианты перевода, предложенные в этой статье, могут использоваться в работе и быть полезными в переводческой деятельности.

ЛИТЕРАТУРА

1. Арнольд И.В. Лексикология современного английского языка / И.В. Арнольд. – М.: ВШ, 2002. – 195 с.
2. Береговская Э.М. Молодежный сленг: формирование и функционирование / Э.М. Береговская // Вопросы языкознания. – Москва: Институт русского языка им. В.В. Виноградова РАН, 1996. – № 3. – С. 32–41.
3. Бабенко Л.Г. Филологический анализ текста. Основы теории, принципы и аспекты анализа: учебник для вузов / Л.Г. Бабенко. – Екатеринбург: Деловая книга, 2000. – 102 с.
4. Евдокимов М.С. Краткий справочник американобританских соответствий / М.С. Евдокимов, Г.М. Шлеев. – М.: Флинта, 2000. – 96 с.
5. Коллин П.Х. Словарь американского употребления английского языка для начинающих / П.Х. Коллин, М. Лоуи, К. Уэйланд. – М.: Рус. яз., 1991. – 280 с.
6. Молодежный сленг в современном английском языке. – URL: <https://englishfull.ru/znat/angliysky-slenг.html> (дата обращения 01.04.2020).
7. Словарь лингвистических терминов. – URL: <https://dic.academic.ru/searchall.php?Sword=Сленг&from=xx&to=ru&did=linguistic&stypе> (дата обращения: 01.04.2020).
8. Швейцер А.Д. Американский вариант литературного английского языка: пути формирования и современный статус / А.Д. Швейцер // Вопросы языкознания. – Москва: Институт русского языка им. В.В. Виноградова РАН, 1995. – № 6. – 160 с.

ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ СФЕРЫ КИНО ВО ФРАНЦУЗСКИХ МЕДИАТЕКСТАХ

Григорьева К.А.

Данная работа посвящена изучению лексико-семантических особенностей сферы кино во французских медиатекстах, а также поиску самого продуктивного способа заимствования во французских электронных и печатных СМИ (“Figaro” и “Le Monde”).

Ключевые слова: кинодискурс, классификация, лексико-семантические особенности, неологизмы.

This work is devoted to the study of lexical and semantic features of the cinema sphere in French media texts. The report investigates the search for the most productive ways of borrowing in French electronic and print media ("Figaro" and "Le Monde").

Key words: film discourse, classification, lexical and semantic features, neologisms.

Как известно, в современном мире кинематография имеет огромное влияние на общество, на мышление людей любого возраста. С каждым днем появляется все больше кинематографических произведений, формирующих новую лексику, которая позже упоминается в медиатекстах различных типов: журналистика, музыка, реклама и массовая культура. Фильмы играют серьезную роль в нашей жизни, выполняя коммуникативную, художественно-репродуктивную, информационно-познавательную, образовательную и развлекательную функции. Визуальная составляющая выступает как универсальный язык, понятный каждому, являясь средством передачи ценностей и информации. Кино, будучи видом медиатекста, доносит информацию, которая должна быть услышана миром и его людьми.

Тема кинодискурса изучалась многими лингвистами, среди которых М.А. Ефремова, С.С. Зайченко, А.Н. Зарецкая, Е.Б. Иванова, И.Н. Лавриненко, Я.Линцбах, Ю.М. Лотман, С.С. Назмутдинова, Г.Г. Слышкин, Ю.Г. Сорока, Ю.В. Сургай, Ю.Г. Цивьян, А. Хельман, У. Эко и др.

Существует большое количество определений понятия «кинодискурс». Ю.Г. Сорока говорит о кинодискурсе «как о дискурсе либеральных ценностей, идей модернизации и прав человека <...>, формой и средством распространения либеральной идеологии в глобальном масштабе» [1, с. 47]. С. С. Назмутдинова определяет его как «семиотически осложненный, динамичный процесс взаимодействия автора и кинореципиента, протекающий в межязыковом и межкультурном пространстве с помощью средств киноязыка, обладающего свойствами синтаксичности, вербально-визуальной сцепленности элементов, интертекстуальности, множественности адресанта, контекстуальности значения, иконической точности, синтетичности» [2, с. 7]. А.Н. Зарецкая, в свою очередь, считает, что кинодискурс это «связный текст, являющийся вербальным компонентом фильма, в совокупности с невербальными компонентами» [3, с. 32].

Таким образом, существует большая вариативность работ на тему кинодискурса, но у него все еще нет единого определения. Поэтому целью данного исследования является изучение особенностей лексики во французских СМИ сферы кино, анализ и классификация заимствований и терминов для определения специфики их использования в языке.

В качестве материала для исследования были взяты выпуски журнала "Figaro" [6] и журнала "Le Monde" [7]. Объектом исследования стали заимствования и термины, была проведена их классификация на основе различных критериев.

Говоря о лексике, можно отметить, что в процессе исследования было обнаружено большое количество слов, связанных с темой кино. В связи с этим, для выявления того, к какому аспекту киноискусства относится наибольшее количество слов, была проведена данная классификация (на основе собранных данных, были выделены 6 сфер):

1. Режиссура (**le cinéaste** – режиссер, **le tournage** – съемки, **le scénario** – сценарий, **la créatrice de spectacles** – постановщик спектаклей, **l'accessoires** – реквизит, **le plateau** – съемочная площадка).

2. Мир кино (**la vedette de cinéma** – кинозвезда, **les fans** – поклонники, **les critiques** – критики, **les spectateurs** – зрители, **les téléspectateurs** – телезрители, **le début de film** – первый показ фильма, **le sortie de film** – выход фильма, **la projection** – кинопоказ).

3. Съёмочная группа (**la distribution** – «каст» фильма, **le figurant** – статист, **le accessoiriste** – реквизитор, **le réalisateur** – режиссер-постановщик, **le cascadeur** – каскадер, **l'écrivain** – сценарист, **l'équipe du film** – съемочная команда, **le cinéaste** – кинематографист, **les producteurs** – продюсеры, **le distributeur** – кинопрокатчик, **le styliste** – стилист).

4. Актерское мастерство (**le ton** – тон, **la comédienne** – актриса, **le rôle** – роль).

5. Типы фильмов (**la parabole** – притча, **le long-métrage** – полнометражный фильм, **le court-métrage** – короткометражный фильм, **le film sous-titré** – фильм с субтитрами, **le film autobiographique** – биографический фильм, **le conte de fées** – сказка, **les documentaires** – документальные фильмы).

6. Добавочные элементы фильма (**le générique** – титры, **le voix hors-champ** – голос за кадром, **la sequence** – эпизод, **le récit** – повествование, **la scène d'ouverture** – вступительная сцена, **les effets spéciaux** – спецэффекты, **le montage** – монтаж, **la bande originale** – саундтрек, **la bande-annonce** – трейлер).

Как мы видим, авторами статей в журналах и газетах большая часть материала затрагивает именно людей, принявших непосредственное участие в создании кинематографического произведения (см. Рисунок 1).

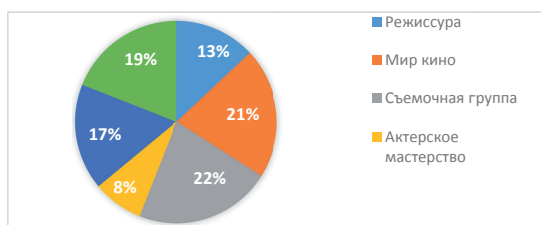


Рис. 1. Тематика журнальных и газетных статей

В сфере киноискусства активно протекает процесс пополнения лексики. Можно наблюдать активное проникание новой лексики из сферы киноискусства в пласт общеупотребительной лексики, следовательно, и активное появление неологизмов. При просмотре фильмов зрители улавливают новые слова, которые позже закрепляются в языке. Та же лексика упоминается в журналах, газетах, статьях, посвященных кинематографу. Примерами неологизмов, образовавшихся по моделям французского словообразования, могут послужить такие слова, как: **cinematheque** (фильмотека), **workaholic** (трудоголик), **amuse-gueule** (легкая закуска), **horsd'oeuvre** (скакун), **grenouillage** (интриги, махинации), **e-commerce** (электронная торговля).

Следует заметить, что благодаря семантическим и морфологическим словообразованиям в кинодискурсе появляется все больше новых лексических единиц. В случае семантического словообразования меняются только функции и смысл слов, а форма не меняется (например, **filmer** – *снимать*, **diriger** – *режиссировать*). Однако морфологическое словообразование создает новые лексические единицы, используя всевозможные словообразовательные морфемы и изменяя формы уже существующих единиц, а также подстраиваясь под определенные словообразовательные модели (например, **plume** – **plumier**, **photo+reportage**=**photoreportage**). К морфологическому типу относятся 4 вида словообразования: префиксация (**super** – **superproduction**, **ultra** – **ultramodern**, **archi** – **archifaux**, **extra** – **extrafort**, **sur** – **surprix**, **anti** – **antichar**, **non-alignement**, **non-assistance**, **non-violence**, **non-agression**), суффиксация (**age** – **bavardage**, **ment** – **changement**, **iste** – **gauchiste**, **ard** – **trauillard**), словосложение (**un gratte-ciel** – небоскреб, **un magnétophone** – магнитофон, **franco-soviétique** – франко-советский), аббревиация, заимствования, конверсия (К примеру: *L'eau est bleu* (*blue* играет роль прилагательного); *Le bleu du l'eau* (*bleu* – существительное).)

Важнейшим фактором в вопросе появления неологизмов во французском языке является влияние различных заимствований на лексику французского языка, в особенности это касается английского языка (**reportage**, **artist**, **smartphone**). Более того, в статьях, посвященных кино, часто можно заметить заимствованную лексику из других сфер употребления. Это, в большинстве своем, может быть:

- лексика, связанная с управлением государства (**royal**, **sentence**, **prince**, **courte**);
- лексика, выражающая общие понятия (**imagination**, **instance**, **despair**);
- лексика, связанная с торговлей (**benefit**, **value**, **profession**);
- лексика, связанная с темой кулинарии (**smoothie**, **latte**, **pasta**);
- лексика из Интернета (**swipe**, **clic**, **web**, **e-mail**);
- лексика, связанная с темой дизайна (**collage**, **logo**, **art**);
- лексика, связанная с медициной (**medicine**, **doctor**, **examen**).

Таким образом, можно добавить, что в современном дискурсе появление неологизмов вносит особый вклад в пополнение лексического запаса французского языка. Как мы видим, слова появляются в языке не только благодаря морфологическим изменениям уже существующих слов, но и с помощью заимствований из других языков. Язык – это сложная динамическая система, которая постоянно меняется, также, как и меняется само общество. Она затрагивает все сферы жизнедеятельности человека и развивается вместе с ним.

Подводя итоги, можно сказать, что большая часть заимствованной лексики, связанной со сферой кино – английского происхождения. В результате прочтения статей из газет “Figaro” и “Le Monde”, было выявлено большее количество слов, связанных с людьми, работающими над фильмами (22%), чем с информацией о самих фильмах (режиссура – 13%, мир кино – 21%, актерское мастерство – 8 %, типы фильмов – 17%, добавочные элементы – 19%). К тому же, проведя анализ по морфемной классификации можно сделать вывод, что многие слова и термины сферы кино ассимилируются в языке с помощью исконно французских суффиксов и приставок.

Результаты исследования показали, что кинематография на сегодняшний день является одной из наиболее развивающихся сфер. Выводы, полученные на основе анализа французской терминологии в области кино, могут быть в дальнейшем использованы для более обширного изучения темы кинодискурса. Более того, работа может послужить примером для анализа лексико-семантической составляющей какой-либо другой сферы, а также может быть использована для сравнения сферы кинодискурса с другой областью.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Гак В.Г.* О современной французской неологии / В.Г. Гак // Новые слова и словари новых слов. – Л.: Наука, 1978. – С. 37–52.
2. *Зарецкая А.Н.* Особенности реализации подтекста в кинодискурсе: монография / А.Н. Зарецкая. – Челябинск: Абрис, 2012. – 192 с.
3. *Назмутдинова С.С.* Гармония как переводческая категория (на материале русского, английского и французского кинодискурса) / С.С. Назмутдинова. – Тюмень: Пермский. гос. тех. ун-т, 2008. – С.18.
4. *Сорока Ю.Г.* Кинодискурс повседневности постмодерна / Ю. Г. Сорока // Постмодерн: новая магическая эпоха / под ред. Л. Г. Ионина. – Харьков: Харьковский нац. ун-т им. Н.В. Каразина, 2002. – С. 47–49.
5. Le Figaro. Actualité en direct et informations en continu / Culture / Cinema. – URL: <https://www.lefigaro.fr/cinema> (дата обращения: 15.03.2020).
6. Le Monde. Culture / Cinema. – URL: <https://www.lemonde.fr/cinema/> (дата обращения: 15.03.2020).

ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ СТАТЕЙ НА ТЕМУ “SUPER BOWL 2020”

Зиганишина Ч.И.

Закирова Л.Р.

Данная статья посвящена рассмотрению языковых характеристик англоязычной прессы на примерах статей на тему «Суперкубок 2020», среди которых были выделены особенности в использовании функциональных стилей и в оформлении, краткость, экспрессивность, использование различных средств выразительности.

Ключевые слова: функциональные стили, средства выразительности, стилистические фигуры, тропы, коммуникативная интенция, функции.

This article is devoted to the review of the linguistic characteristics of English press based on the articles dedicated to Super Bowl 2020. The peculiarities in the usage of functional styles and design, brevity, expressivity, usage of various stylistic devices and expressive means were emphasized.

Key words: functional styles, stylistic devices, tropes and stylistic figures, communicative intention, functions.

Суперкубок (Super Bowl) – финал Национальной футбольной лиги американского футбола. В 2020 г. он прошел в штате Флорида (Майами) и стал очень ярким событием начала 2020 г., оставив след в истории и в англоязычной прессе [2]. Представим языковой анализ этих новостей. Объектом нашего исследования являются статьи англоязычной прессы, взятые из таких популярных ресурсов как BBC News и CNN International [3, 4].

При анализе статей мы обратили внимание на следующее: функциональный стиль статьи, характерные черты англоязычной прессы, средства выразительности, типичные для статей на тему «Суперкубок 2020».

Любая редакционная статья состоит из заголовка и основной части. В целом, и заголовок и само содержание статьи имеют схожие характеристики. Так, выделим некоторые из них и рассмотрим функциональный стиль языка газеты. Функциональный стиль – система речевых средств, используемых в той или иной сфере жизни человека и определяющих роль, которую выполняет текст (выделяют официально-деловой, публицистический, разговорный, научный и художественный стили) [5]. На современном этапе в англоязычной прессе происходит смешение нескольких стилей – как правило, публицистического и разговорного, что подтверждает использование фразовых глаголов, слов-клише, фразеологизмов, сокращений типа **don't, isn't**. Так статья становится более доступной для понимания и восприятия. Это характерно как для заголовка статьи, так и для его содержания. В изучаемой нами теме “Super Bowl 2020” встречаются такие слова как **battle out, pull off, touchdown, build-up**, сокращение имени Дженнифер Лопес – **JLo**, фразеологизм – **like father, like son** [8, 9, 14].

Кроме чередования функционального стиля, англоязычные статьи отличаются и некоторыми другими характеристиками. В первую очередь, это краткость и отрывистость. Что касается заголовков, то они, в основном, состоят из не более, чем 10 слов, в чем можно убедиться из следующих названий:

Super Bowl 2020: The event in numbers [3].

Jay-Z explains sitting during National Anthem at Super Bowl LIV [3].

Super Bowl Fast Facts [4].

Упрощение и сжатость также достигается путем использования эллипсиса – намеренного пропуска слов (даты, глагол-сказуемое, прилагательные в роли определений в предложении и т.д.), не изменяя при этом смысл высказывания:

The Super Bowl – a beginner's guide [15].

Miami Super Bowl stadium to reduce plastic waste [10].

Эллипсис редко используется в содержании самой статьи, так как он может породить недопонимание со стороны читателя. Как правило, опускаются лишь факты, указанные ранее, даты и пункты, которые и без их указания известны читателю.

Краткость в основной части статьи достигается путем использования простых распространенных предложений, избегая сложноподчиненные и сложносочиненные предложения, хотя, конечно, порой без них не обойтись. Более того, журналисты отдают предпочтение использованию таких видовременных форм как Present и Past Simple, Present и Past Continuous, а времена типа Perfect используются очень редко. За отрывистость обычно отвечает оформление текста:

небольшие по объему абзацы и заметные интервалы между ними. Краткость и отрывистость позволяют делать статьи компактными так, чтобы читатель не испугался объемной информации, оставался всегда заинтересованным и мог с легкостью найти, что ему необходимо. Например:

The Super Bowl is one of the biggest events in the US calendar [14] – простое распространенное предложение в Present Simple, составляющий один абзац.

Отрывистость и лаконичность текста предполагают использование многоступенчатости в оформлении заголовков. Многие англоязычные статьи имеют заголовок и подзаголовки. К примеру, в статье “Jennifer Lopez and Shakira sparkle at the Super Bowl” [13] после статьи идет цитата Дженнифер Лопес, обращенная к Шакире в качестве подзаголовка: “Let’s show the world what two little Latin girls can do”. В данном случае он передает восхищение и примерно объясняет, о чем будет идти речь в статье. Подзаголовок как бы дает дополнительную информацию. К стати, именно яркие и кричащие реплики обычно и становятся подзаголовками. Многоступенчатость сейчас заимствуется журналистами многих других неанглоязычных стран и становится универсальной характеристикой мировой прессы.

Следующая очень важная особенность англоязычной прессы – ее экспрессивность и выразительность. Существует мнение, что англоязычные статьи – более яркие и «кричащие», чем статьи на других языках (считается, что англоязычные страны более открытые и демократичные, свобода слова существует не только как формальность, а цензура действительно отсутствует), что достигается путем применения разных средств выразительности (троп и стилистических фигур). Тропы – это речевые обороты, используемые в переносном значении (метафора и метонимия, гиперболы, литота, олицетворение, перифраза, сравнение). В отличие от них, стилистические фигуры – это слова, используемые в прямом значении и добавляющие выразительность высказыванию, тексту (инверсия, оксюморон, параллелизм, эпитет, риторические вопросы и восклицания) [7].

Перейдем к примерам и начнем с заголовков. Как уже упоминалось выше, заголовок – та часть статьи, которая привлекает читателя больше всего. Увидев именно «шапку», человек начинает читать статью. Соответственно, она должна быть наиболее интересной и захватывающей, из-за чего в них и используются различные стилистические средства. Тема “Super Bowl 2020” дает большие возможности для журналистов в применении средств выразительности, так как в ней можно свободно использовать разговорный стиль и прибегать к необычным тропам и фигурам. Вспомним, помимо самого матча, Super Bowl запомнился, прежде всего, выступлением двух поп-див – Шакиры и Дженнифер Лопес, и многие статьи и, следовательно, заголовки посвящены именно им [1, 13]. Например:

Jennifer Lopez and Shakira sparkle at the Super Bowl [13].

Внимание здесь привлекает слово **to sparkle**, которое является метафорой. Данный глагол может переводиться как *сверкать, искриться, блестеть* или *блистать*. Обращая внимание на наряды певиц, конечно, мы можем сказать, что автор статьи имел ввиду яркость их образов, ведь, действительно, брендовые платья из такого количества пайеток не могут не блестеть. Однако речь здесь совсем не об образах артисток, а о том, что их выступление было очень оживленным и зрелищным, и они по-настоящему «блистали» на сцене. Данное слово использовано

в переносном смысле, чтобы раскрыть восхищение таким зажигательным выступлением и привлечь внимание читателя.

Или вот другой пример: статья Брэндон Тэнсли для CNN International называется “Shakira and Jennifer Lopez get loud in their politically subversive Super Bowl show” [16]. Интересными в языковом плане здесь являются словосочетание **to get loud** (оно выбрано не зря: одна из композиций Дженнифер Лопес называется Let’s Get Loud, которая, кстати, прозвучала в рамках Super Bowl 2020) и эпитет **politically subversive**. **To get loud** переводится как *становиться шумным/громким, поднимать шум, орать*, но говорится тут вовсе не о голосах звезд, а выражение обретает метафоричный характер. Чтобы понять, о чем именно идет речь, автор использует не менее экспрессивный эпитет **politically subversive**, который означает *политически подрывной, бунтарский* и является синонимом слова **rebellious**. Тогда мы понимаем, что **to get loud** подразумевает, что поп-дивы делают акцент на определенных политических моментах (по крайней мере, именно так многие восприняли элементы выступления артистов многие зрители и специалисты разных областей [1]), которые, в основном, касаются деятельности действующего президента США – Дональда Трампа. В частности, артистки хотели подчеркнуть несправедливую критику национальностей, которую они представляют (напомним, что по происхождению Дженнифер Лопес – пуэрториканка, а Шакира – колумбийка), а именно ксенофобию – восприятие чужого, как опасного и враждебного. В данном случае говорится о вражде к народам: о недоверительном отношении к Колумбии из-за ее давних проблем с наркотиками и криминальными событиями на ее территории; о безразличии Дональда Трампа к Пуэрто-Рико во времена кризиса, когда страна нуждалась в помощи со стороны близлежащих государств). Более того, многие посчитали выступление звезд как протест против политики Дональда Трампа с детьми-мигрантами и их родителями.

Перейдем к непосредственному рассмотрению средств выразительности в основной части статей, которые также богаты тропами и стилистическими фигурами. Конечно, как и любой публицистический текст, статья имеет большое количество эпитетов, причем довольно-таки «кричащих» эпитетов из-за присутствия элементов разговорного стиля. Так, в статье “Kansas City Chiefs win Super Bowl 54” [12] Тома Ростанса для BBC Sport можно встретить такие эпитеты, как **sensational comeback, staggering fourth-quarter, emotional scenes**. Как мы видим, эти словосочетания сочетают в себе футбольную и разговорную лексику, показывая, что Super Bowl – что-то большее, чем просто матч за звание чемпиона – это целый праздник для любителей американского футбола и обычных зрителей.

Статья “All you need to know about Super Bowl 54” [11] того же автора также полна средствами выразительности. В своем подзаголовке она содержит риторический вопрос Super Bowl 2020: Who is playing, who are the favourites and where will the game be won? – он является своеобразным вступлением и дает читателю понять, о чем именно будет идти речь в тексте, в самом тексте тоже есть риторические вопросы и восклицания. Основная часть статьи также имеет большое количество метафор (the streets of Miami are ringing, hit Miami in numbers, more NFL under the belt, born in the shark-bite capital), включает сравнение (seem like a mere blip) и игру слов: **legacy legendary, from rejection to redemption**. Наподобие ана-

лиза данной статьи, можно разобрать любую другую, и каждая из них будет богата средствами выразительности, особенно те, что касаются темы “Super Bowl 2020”.

Подобный лингвистический анализ помогает понять не только основные характеристики англоязычной прессы, но и определяет основные функции, которые выполняет пресса и средства выразительности и другие языковые особенности в ней. Все это обозначает границы коммуникативной интенции определенной статьи. Коммуникативное намерение – конкретная цель автора (журналиста), которую он достигает с помощью речевых оборотов, будь то тропы или стилистические фигуры или другие характеристики англоязычной статьи [6, с. 278]. Оно может быть самым разнообразным: одобрение, осуждение, восхищение, призыв, пропаганда или реклама.

Таким образом, сделаем вывод, что англоязычная пресса обладает большим количеством лингвистических особенностей, которые помогают ей привлечь внимание читателей, создать имидж издания и решить конкретные задачи, что мы рассмотрели на примере статей на тему «Суперкубок 2020». Завершая данную статью, еще раз отметим их основные характеристики: краткость и многоступенчатость заголовков, смешивание функциональных стилей (публицистического и разговорного), лексики (футбола, повседневной жизни, журналистики), экспрессивность, закреплённая использованием средств выразительности, отрывистость в оформлении и грамматические и синтаксические особенности (видовременные формы, разделение сложных предложений на простые). Все это позволяет англоязычной прессе оставаться доступной и интересной для всех без исключения людей.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Иноземцева П.* Выступление Шакиры и Джей Ло вошло в историю Супербоула Чемпионат 3 февраля 2020 / П. Иноземцева. – URL: <https://www.championat.com/lifestyle/article-3962918-vystuplenie-shakiry-i-dzhennifer-lopes-na-souperboule-2020-video.html> (дата обращения: 26.03.2020).

2. *Кузьмин Е.* Первая победа за 50 лет, скандал из-за гимна и язык Шакиры: чем запомнился Супербоул-2020 / Е. Кузьмин. – URL: <https://tjournal.ru/sportj/140474-pervaya-pobeda-za-50-let-skandal-iz-za-gimna-i-yazyk-shakiry-chem-zapomnilya-superboul-2020> (дата обращения: 26.03.2020).

3. Официальный сайт BBC News. – URL: (дата обращения: 26.03.2020)

4. Официальный сайт CNN International. – URL: <https://edition.cnn.com/> <https://edition.cnn.com/> (дата обращения: 26.03.2020).

5. *Розенталь Д.Э.* Словарь-справочник лингвистических терминов / Д.Э. Розенталь, М.А. Теленкова – URL: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/lingvistic/1817> (дата обращения: 26.03.2020).

6. *Сдобников В.В.* Теория перевода: учебник для студентов лингвистических вузов и факультетов иностранных языков / В.В. Сдобников, О.В. Петрова. – М.: АСТ: Восток-Запад, 2006. – 450 с.

7. Тропы и стилистические фигуры. – URL: <https://docs.google.com/document/d/1Vm2Uw4MFJBYmOP7xGRuY-mdJDidmQ8Env7N9e-K06hY/edit> (дата обращения: 26.03.2020).

8. CNN Editorial Research. Super Bowl Fast Facts. – URL: <https://edition.cnn.com/2013/09/03/us/super-bowl-fast-facts/index.html> (дата обращения: 28.03.2020).

9. Lisa Respers France. Jay-Z explains sitting during National Anthem at Super Bowl LIV / Lisa Respers France. – URL: <https://edition.cnn.com/2020/02/05/entertainment/jay-z-sitting-national-anthem-trnd/index.html> (дата обращения: 27.03.2020).

10. Miami Super Bowl stadium to reduce plastic waste / BBC News US & Canada. – URL: <https://www.bbc.com/news/world-us-canada-51339089> (дата обращения: 27.03.2020).

11. *Rostance T.* All you need to know about Super Bowl 54 / T. Rostance. – URL: <https://www.bbc.com/sport/american-football/51334679> (дата обращения: 27.03.2020).

12. *Rostance T.* Kansas City Chiefs win Super Bowl 54 / T. Rostance. – URL: <https://www.bbc.com/sport/live/american-football/51068836> (дата обращения: 28.03.2020).

13. *Savage M.* Jennifer Lopez and Shakira sparkle at the Super Bowl / BBC News, Entertainment & Arts. – URL: <https://www.bbc.com/news/entertainment-arts-51352285> (дата обращения: 27.03.2020).

14. *Savage M.* Super Bowl 2020: The event in numbers / M. Savage. – URL: <https://www.bbc.co.uk/newsround/51354245> (дата обращения: 27.03.2020).

15. Super Bowl 2020 – a beginner’s guide / CBBC Newsround. – URL: <https://www.bbc.co.uk/newsround/47090349> (дата обращения: 27.03.2020).

16. *Tensley B.* Shakira and Jennifer Lopez get loud in their politically subversive Super Bowl show / B. Tensley. – URL: <https://edition.cnn.com/2020/02/03/politics/trump-shakira-jennifer-lopez-super-bowl-politics/index.html> (дата обращения: 28.03.2020).

СРАВНИТЕЛЬНО-СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ДИСКУРСА ДЕЛОВОЙ КОММУНИКАЦИИ АНГЛИЙСКОГО И РУССКОГО ЯЗЫКОВ

Зиннатуллина Ф.Ф.

Статья посвящена сравнительно-сопоставительному анализу дискурса деловой коммуникации английского и русского языков. Исследуются лингвистические и социокультурные особенности письменного делового дискурса на основе сопоставления деловой корреспонденции и юридических документов.

Ключевые слова: дискурс, лингвистические особенности, лингвокультура, деловая коммуникация.

The article focuses on a comparative study of the business communication discourse in English and Russian. The linguistic and sociocultural features of written business discourse are examined based on a comparison of business correspondence and legal documents.

Key words: discourse, linguistic features, linguistic culture, business communication.

Деловой дискурс является предметом изучения лингвистических школ различных стран мира, лидерами среди которых являются Россия, США, Франция, Нидерланды. Подходы и методы анализа делового дискурса сформированы такими направлениями в языкознании, как когнитивная лингвистика, лингвокультурология, межкультурная коммуникация, теория речевых актов, этнопсихолингвистика и некоторыми другими.

Одним из основных понятий современной лингвистической теории выступает дискурс. Дискурс – это многозначное понятие. Например, в классической философии дискурс использовался для обозначения изложения мыслей, а в нынешней французской философии постмодернизма это характеристика особой идеологии.

Несмотря на множественность объяснений понятия дискурса, он выступает относительно часто используемым и функционально подходящим термином.

Сначала исследуемое понятие «дискурс» в лингвистической науке Франции выступало в роли речи в целом. Теория дискурса изначально зародилась в концепции Э. Бенвениста. Он разделил план повествования и план речи, приписываемый человеку (дискурс). Такая же дифференциация прослеживалась и у Л.В. Щербы, он описал свои труды в работе «Языковая система и речевая деятельность». Рассматривая дискурс как отрасль текста в лингвистике, представляя анализ в качестве метода, Т. М. Николаева определяет дискурс как «многозначный термин лингвистики текста, употребляемый рядом авторов в значениях, почти омонимичных».

Но, как известно, дефиниция «дискурс» как лингвистический термин текста не лимитировалась рамками текста и «стала включать в себя перечисление условий, в которых этот текст актуализируется» [3].

Также хочется затронуть тему культурных различий в типах дискурса, которые профессор Р.Каплан упомянул в 1966 г. Р. Каплан отводит место пяти главным языковым группам, но английский язык он выделяет отдельно. В соответствии с профессором Р. Капланом, семиты (говорящие на языке афразийской языковой семьи) более подвержены логической связи некоторых данных, которые участники общения воспринимают бесспорными.

В своих работах И. Васильева доказывает, что существует важная специфика, которая отличает две культуры. По её мнению, русскоязычным людям близок коллективизм, а англоязычная культура тяготеет к индивидуализму. Можно разобраться в этих доводах, уделив внимание деловому дискурсу русских и англичан.

К примеру, на этапе выявления ключевой и второстепенной целей на деловых переговорах британцы и американцы употребляют такие фразы:

- I would like to welcome to you;
- First of all;
- If I understand you;

Классические ответы, выражающие согласие, выглядят так:

- Certainly;
- Sure;
- I think you are right;
- I agree;

Для уточнения позиции стороны или выражения компромисса, а также для проверки корректности взаимопонимания деловых партнеров преобладают фразы типа:

- I could just recap on your main points;
- I'd just like to go over your main points;
- ... As I recall, you said ...;
- That's right, yes;
- That's correct;

Становится понятно, что в английском языке преобладает употребление местоимения «I» (я), когда в русскоязычной культуре в похожей ситуации предпочли бы употреблять «we» (мы).

Эти примеры отлично демонстрируют разницу в подходах англоязычной и русскоязычной культуры. Англоязычная культура выделяется нарочитым внима-

нием к слушателю, акцентом на взаимоуважении позиций, формулировкой общих точек зрения. Например:

- I want to ask if I can bother you;
- I only want to know;
- Could it be possible if I ... ;

А в русской культуре не разделяют таких подходов к реализации принципа вежливости из-за ее тяготения к коллективизму. Эти фразы кажутся им слишком сложными и излишне формальными.

Деловой дискурс, как в русскоязычной, так и в англоязычной коммуникации применяет расширенную вариацию стратегий дискурса и речевых инструментов, использование которых и можно назвать главным фактором формирования определённых коммуникативных стилей. Под речевыми средствами понимается использование определённых речевых актов, синтаксических конструкций, лексики. Рассмотрим, как речевые средства используются в письменном деловом дискурсе в русскоязычной и англоязычной коммуникации, и какой коммуникативный стиль при этом формируется.

Проанализировав документы правового портала Евразийского Экономического Союза (ЕАЭС), базы документов Организации объединенных наций, можно утверждать, что деловой дискурс в русскоязычной коммуникации характеризуется высокой степенью употребления пассивных конструкций. Примечательно, что степень употребления подобных синтаксических конструкций варьируется в зависимости от типа документа. Если рассматривать такие документы как меморандумы, постановления суда и международные договоры, мы увидим, что низким процентом употребления пассивных конструкций среди перечисленных видов документов делового дискурса отличаются именно меморандумы.

*«...**Вопросы, касающиеся реализации и применения настоящего Меморандума, будут решаться** посредством консультаций и переговоров между Сторонами. Настоящий Меморандум не является международным договором, не создаёт прав и обязательств, регулируемых международным правом, и не налагает на Стороны финансовых обязательств. Настоящий Меморандум применяется с даты его применения...».*

После анализа различных меморандумов, приходим к выводу о том, что среднее число пассивных конструкций на одной странице равняется 3-м, из чего следует, что соотношение между активными и пассивными конструкциями равно 9-3, то есть 3-1. Однако если рассматривать другие виды реализации письменного делового дискурса, в частности, Постановления суда мы увидим, что они характеризуются высокой степенью употребления пассивных конструкций. Проанализировав такой тип официально-делового документа как Постановления Коллегии Суда Евразийского экономического союза (Приложение 2), мы пришли к выводу о том, что среднее число пассивных конструкций на одной странице документа равняется 6-ти, делая соотношение активных и пассивных конструкций равным 2-6, т.е. 1-3.

1. *«...Постановлением Коллегии Суда от 28 ноября 2013 года заявление **принято** к рассмотрению».*

2. *«В рамках письменной стадии судопроизводства заявителем **представлены** дополнения к заявлению, комментарии на возражения ЕЭК, ответчиком*

представлены возражения на заявление, копии материалов антидемпингового расследования».

3. *«В рамках устной стадии судопроизводства Коллегией Суда заслушаны сообщения судьи-докладчика по делу, информация советника судьи, пояснения и аргументы представителей сторон в ходе судебных слушаний...».*

В деловом дискурсе английского языка часто применяются конструкции страдательного залога. Это обосновано потребностью исполнения некоторых коммуникативных задач. Одной из таких можно назвать выведение из внимания объекта фокуса.

Употребление пассивных конструкций наиболее характерно для составления протоколов, так как именно с помощью этих конструкций обычно передаются коллективно принятые решения. Среди самых часто употребляемых выражений можно выделить следующие: *it was noted that...* (было отмечено, что...), *it was decided that...* (было решено, что...), *it was agreed that...* (было признано, что...), *it was recommended that...* (было рекомендовано...). *It was noted that...* часто используется для уточнения каких-либо обстоятельств или как ответ на различные события; *It was decided that...* применяется для озвучивания решения после голосования коллектива; *It was agreed that...* используется только в том случае, когда одобрение является всеобщим; *It was recommended that...* – для выражения мнения коммуникантов по поводу обсуждаемой проблемы.

Однако, если для русскоязычного делового дискурса использование страдательного залога продолжает оставаться необходимостью, то в англоязычном деловом дискурсе оно перестаёт быть обязательным маркером официально-делового стиля. В современном деловом дискурсе становится предпочтительным использование действительного залога, которое считается показателем более активной и ответственной позиции. Данная тенденция нашла особо яркое выражение в деловом письме. Сравним отрывки писем Президента Объединенной республики Танзании А.Х. Мвиньи (1995 г.) и действующего Президента Соединенных Штатов Америки Д. Дж. Трампа (2018 г.):

«...Further , it is confirmed , acknowledged and accepted that all for individual identification purposes used documents, those issued by the W.S.A. are being recognized as valid and legal identification documents».

(...Кроме этого, было подтверждено, признано и принято, что документы, выданные W.S.A. и используемые с целью индивидуальной идентификации, признаются действительными документами, удостоверяющими личность. С сегодняшнего дня все официальные органы и должностные лица обязаны принять настоящее решение, действовать в соответствии с ним, и обеспечивать соблюдение настоящего решения).

«... I have invoked section 2808 of title 10, United States Code, and authorized the Secretary of Defense, and at his discretion, the Secretaries of the military departments...»

(Ссылаясь на раздел 2808, раздела 10 Кодекса Соединенных Штатов, я уполномочил министра обороны и, по усмотрению министра, руководство департаментов Министерства обороны...».

Таким образом, если в первом письме 1995 г. употреблено большое количество синтаксических конструкций пассивного залога, то в письме 2018 г. число

пассивных конструкций значительно ниже, так как доминирует действительный залог. Это свидетельствует о том, что в англоязычном деловом дискурсе использование страдательного залога более не носит обязательный характер и перестаёт быть атрибутом официально-делового стиля, уступая своё место действительно-му залогу.

Одним из основных свойств делового дискурса и официально-делового стиля в целом является ясность. Данная черта полностью исключает употребление в документах или деловых письмах заимствований или неуместное, чрезмерное употребление терминов. Исключение составляют слова с устоявшимися в языке значениями. В основном это латинские заимствования, или заимствования из французского языка, которые входят в состав устойчивых парных синонимов вместе с исконно английскими синонимами. Примером подобных парных синонимов являются, например, **goods and chattels** (товары), **terms and conditions** (условия) и др.

Рассмотрим употребление фразеологических единиц в деловом дискурсе. Анализ фразеологии делового дискурса позволяет нам выделить некоторые характерные особенности, несмотря на то, что употребление фразеологизмов в документах и деловых письмах довольно ограничено. В подобных документах не встречаются фразеологизмы с яркой эмоциональной окраской или фразеологические единицы, имеющие позитивную/негативную коннотацию. Также полностью исключено употребление фразеологических единиц с отсылкой на культурно-специфичные реалии/явления, библейские сюжеты, мифы.

Фразеологизмы, которые употребляются в деловом дискурсе, можно назвать внутрителиевыми, так как они представляют собой клишированные единицы, имеющие узкое значение. Фразеологизмы, употребляемые в деловом дискурсе, закрепляют определённую ситуацию и воспроизводятся как формулы. В качестве часто употребляемых фразеологизмов были выделены **to enter into an agreement** (вступать в соглашение), **at a short notice** (за короткий срок/ по первому требованию), **to proceed with the execution / to proceed an execution** (приступать к выполнению), **by mutual agreement** (по взаимному соглашению), **by common consent** (с общего согласия).

Одной из особенностей современного англоязычного делового дискурса является использование гендерно-нейтральных формулировок в официальных документах. Наблюдается тенденция расширения сферы употребления гендерно-нейтральной лексики, в том числе, и гендерно-нейтральных местоимений (they, them, their). В современном англоязычном деловом дискурсе гендерно-нейтральный стиль письма реализуется через следующее действия:

1. Отказ от употребления местоимений женского или мужского рода:

The judge must certify that he has familiarized himself with the record of the proceedings.

*The judge must certify that **they** have familiarized **themselves** with the record of the proceedings.*

2. Отказ от употребления существительных, в составе которого есть указания на определённый гендер:

*Plans to outsource some 19 services have not proceeded at the anticipated pace, as there are significant **manpower** shortages.*

*Plans to outsource some 19 services have not proceeded at the anticipated pace, as there are significant **staffing** shortages.*

Для выполнения первого пункта в англоязычных документах применяются три основных метода:

- 1) Замена местоимения.
- 2) Повтор существительного.
- 3) Перефразирование предложения таким образом, чтобы не было необходимости использовать местоимение или существительное.

Из перечисленных методов функционирования гендерно-нейтрального стиля в русском языке употребляются методы 2 и 3, в то время как метод замены местоимений женского и мужского рода гендерно-нейтральным местоимением множественного числа «they /они» встречается лишь в англоязычных документах последних лет. При применении данного метода местоимением «they» обозначается конкретное лицо, т.е. «they» используется как местоимение единственного числа, несмотря на то, что является местоимением множественного числа.

Таким образом, одной из основных особенностей современного англоязычного делового дискурса является использование гендерно-нейтральных формулировок в официальных документах, которое реализуется с помощью различных методов. Также расширяется сфера употребления гендерно-нейтральной лексики, в том числе, и гендерно-нейтральных местоимений.

На основании проделанного нами исследования теоретического и практического аспекта языковых и социокультурных особенностей письменного делового дискурса в русскоязычной и англоязычной коммуникации, можно сделать следующие выводы.

В результате теоретического анализа мы пришли к выводу о том, что современный деловой дискурс представляет собой статусно-детерминированный вид институционального дискурса, речевое поведение, которое совершается в соответствии с нормами, принятыми в современном деловом сообществе.

Практический анализ позволяет нам понять, что русскоязычный деловой дискурс характеризуется высокой степенью употребления пассивных конструкций. При этом степень употребления подобных синтаксических конструкций варьируется в зависимости от типа документа. Однако, если для русскоязычного делового дискурса использование страдательного залога продолжает оставаться необходимостью, то в англоязычном деловом дискурсе оно перестаёт быть обязательным маркером официально-делового стиля.

Таким образом, были выявлены, описаны и проанализированы особенности письменного делового дискурса в русском и английском языках.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Миронова Н.Н.* Дискурс-анализ оценочной семантики / Н.Н. Миронова. – М.: НВИ – ТЕЗАУРУС, 1997. – 158 с.
2. *Николаева Т.М.* Лингвистика текста. Современное состояние и перспективы / Т.М. Николаева // Новое в зарубежной лингвистике. – М., 1978. – Вып. 8. – 479 с.
3. *Щерба Л.В.* Языковая система и речевая деятельность / Л.В. Щерба. – Л.: Наука, 1974. – 428 с.

СРАВНИТЕЛЬНО-СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ЛЕКСИКИ ГЛЮТТОНИЧЕСКОГО ДИСКУРСА ВО ФРАНЦУЗСКОМ И РУССКОМ ЯЗЫКАХ (НА ПРИМЕРЕ РЕСТОРАНОВ)

Июльская В.М.

Статья посвящена сравнительно-сопоставительным характеристикам лексики гастрономического дискурса во французском и русском языках, методам перевода, а также трудностям интерпретации лексических единиц в данной области. В статье предложены различные пути перевода текстов гастрономического характера на примере меню французских ресторанов.

Ключевые слова: глуттонический (гастрономический) дискурс, перевод, лексема, сравнительно-сопоставительные характеристики, классификация, перевод меню.

The article describes the comparative features of gastronomic discourse in French and Russian, methods of translation, as well as difficulties in interpreting lexical units in this field. Various translation methods of gastronomic texts are proposed on the examples of French restaurant menus.

Key words: gastronomic discourse, translation, lexema, comparative features, classification, translation of the menu.

Проблема глуттонического дискурса всегда была и будет одной из наиболее актуальных проблем, которая обращала на себя внимание не только зарубежных лингвистов, но и отечественных ученых. При изучении глуттонических единиц и текстов получатель, несмотря на большое количество информации, которая освещает данную тематику, может столкнуться с некими нюансами в интерпретации данных языковых единиц. Более того, данная область гастрономических исследований еще не подверглась системному и функциональному описанию. Лексика сферы гастрономии изучалась многими лингвистами, а именно: Э. Бенвенист, В.И. Карасик, А.В. Олянич, М.В. Ундритова, М. Фуко, Н.С. Лосева. Многие из них считают, что данная ситуация сложилась по причине возникновения конфликта языковых картин разных народов, а также отсутствия достаточного количества информации и знаний о данном языке в избранной области [8, с. 156].

В нашем исследовании мы рассматриваем такой глуттонический вид текста, как меню ресторанов и кафе. Данный тип обладает своей особой спецификой и неповторимыми особенностями. Текст меню создавался с целью привлечения гостей кафе, бара или ресторана.

Глуттоническая лексика является важной составляющей французской национальной культуры. Она отражает отношение французов к еде, напиткам, приему пищи, а также национальный характер и национальную психологию. Поэтому большинство переводчиков не стараются дословно перевести текст, поскольку наименование блюд высокой кухни содержит как названия ингредиентов, так и эстетическо-художественное содержание. Некоторые блюда не имеют подходящего перевода на другие языки, прежде всего это относится к блюдам традицион-

ной кухни (Фуа-гра – **foie gras**; Пататуй – **ratatouille**). Вследствие чего в данной ситуации приходится оставлять название блюда в оригинале, однако можно указать ингредиенты и способ приготовления, чтобы подготовить и помочь посетителю понять данный кулинарный шедевр.

Названия блюд в российских ресторанах отличаются большей эмоциональной окраской, поэтому на языке перевода некоторые названия могут быть длиннее. Для нашего исследования были отобраны пять национальных ресторанов Франции: “La rose de france”, “Le Bristol”, “Pavillon”, “Le petit canard” и “L’Oignon” и 5 ресторанов французской кухни в России: “Truffo”, «Жеральдин», «Прованс», «Бурбон» и «Жан Жак». Основываясь на полученных результатах, мы можем сказать, что:

1. С лексической стороны данного вопроса наименования блюд в рецептах, а также меню, практически совпадают.

2. С морфологической точки зрения мы считаем, что средства выразительности являются главной чертой названий для всех для русскоязычных меню. Соответственно, данному виду текста характерно обилие прилагательных, а также причастий. Их основная функция заключается в том, чтобы определить предмет, дать ему большее детальное описание: «Теплый яблочный пирог под нежным тянущимся карамельным соусом» – “**Gâteau de pomme tiède, caramel au beurre salé**”, «Крем-брюле по традиционному рецепту Франции с ванилью» – “**Crème brûlée à la vanille**”. К этому относится и употребление существительного, как дополнения с предлогом (описание состава/продукта с которым подается блюдо): “**Riets de canard à la truffe noire**” – «Риет из утки с чёрным трюфелем». А также изобилие наречий с частицей «по» в качестве описания способа приготовления блюда: “**Terrines et riets selon d’anciennes recettes françaises**” – «Террины и риеты по старинным французским рецептам».

Перевести все это изобилие вкуса и передать точное описание блюда – одно из самых трудных испытаний любого переводчика. Наше исследование показало, что при переводе меню с французского языка на русский, рестораны создают новые меню, а с ними и новые наименования блюд, нежели пытаются перевести названия языка оригинала. Проанализировав достаточное количество меню разных ресторанов, можно сказать, что большинство переводчиков используют транслитерацию или транскрипцию в своих работах, утверждая, что данный способ перевода сохраняет уникальность названия блюда. В ходе нашего исследования мы также выявили другие методы перевода меню:

1. Перевод названия целиком. Если составляющие блюда перечислены отдельно от его названия, то наименование блюда может транскрибироваться полностью: “**Foie gras** – Фуа-гра”, “**Ratatouille** – Пататуй” [4];

2. Описательный перевод. Как правило, данный вид перевода используют в небольших меню, в которых нет необходимости перечислять состав блюда: “**Tefteli** – Тефтели” [7].

3. Перевод названий при переводе дополнительных ингредиентов. В названии блюд транскрибируется или транслитерируется только основная часть, а другая часть названия блюда просто переводится: “**Foie gras aux épices et litchis**” – «Фуа-гра со специями и личи» [1].

4. Транскрипция или транслитерация. В данном виде перевода название может содержать компонент ингредиента, например, какую-то конкретную часть мяса, рыбы и т.д.: “**Entrecote bordelaise**” – «Антрекот по-бордлезски», “**Cote de beuf facon Depardieu**” – «Говяжий бок по рецепту Жерара Депардьё», “**Filet de beuf a l’echalote et au porto**” – «Говяжье филе с луком-шалот и портвейном», “**Bavette a l’echalote**” – «Бавет с луком шалот» [1].

5. Калькирование. Говоря о калькировании, мы подразумеваем заимствование иностранных слов, выражений, а также фраз: “**Salade chaude avec fruits de mer, légumes et sauce aux truffes**” – «Тёплый салат с морепродуктами, овощами и трюфельным соусом» [2].

На основе всего вышесказанного, логично заключить следующее: специалист, который решается взяться за перевод меню, должен помнить, что любой жанр гастрономии несет в себе уникальную культурную и лингвистическую информацию. Это значит, что перед переводом необходимо исследовать объект со стороны его национальной специфики. Это и поможет раскрыть не только когнитивную информацию, но и скрытый смысл самого наименования блюда. Данное суждение приводит нас к перечню основных правил перевода меню, которые должен учитывать каждый переводчик:

1. В связи с отсутствием аналогов названий некоторых блюд и напитков, нужно найти правильный способ перевода, передающий вкусовые качества и оригинальность.

2. При переводе необходимо сохранить, а также передать глуттонические реалии Франции.

3. Всесторонне раскрыть содержание блюда.

Основополагающей лексикой меню является лексика, описывающая вид, текстуру и вкус блюда. Описание ресторанный меню блюда в идеале должно нарисовать читателю картину о том, как блюдо выглядит, какова его текстура, и как оно будет на вкус. Такие слова, как “**moelleuse**” (мягкий/сочный), “**caramélisées**” (карамелизированный), “**fumé**” (копченый), “**relevée à l’huile**” (намазанный маслом), “**fine**” (изысканный) придают блюду насыщенный вид. Включение в описание текстуры и вкуса имеет большое значение: “**riche**” (богатый), “**crémeuse**” (сливочный), “**juteuse**” (сочный), “**tendre**” (нежный), “**sucrée**” (сладкий) и многое другое придают блюду пикантный вкус всего лишь на словах. Например: *HOMARD BLEU (rôti dans sa carapace, jus des têtes pressées, polenta moelleuse aux asperges vertes et truffe noire); TURBOT DE PETIT BATEAU (doré à la moelle de bœuf et poivre de Sichuan, asperges vertes rôties au lard fumé, jus des arêtes caramélisées); MERLAN DE LIGNE DE SAINT-GILLES-CROIX-DE-VIE (en croûte de pain de mie imprimé aux amandes, tétragone mi-cuite relevée à l’huile de curry et péquillos); RIS DE VEAU (braisé au gruë de cacao et feuille de tabac, fine purée de topinambour, jus café réglisse).*

Также важно подчеркнуть качество используемых экзотических ингредиентов: читая описание, посетитель должен понимать изысканность и роскошь блюда. Если ресторан подает одно из лучших и самых дорогих экзотических блюд в меню, можно также упомянуть об этом в описании. Пункт экзотики меню автоматически придает ему эксклюзивность. Это не только соблазнит клиентов заказать эксклюзивный товар, но и поможет обосновать высокую цену продажи.

В пример можем привести французский ресторан “Le Bistro”, который довольно таки неплохо справляется с данной задачей: **POULETTE JAUNE** (*rôtie et fumée au bois de hêtre, jus vert à l’ail des ours, agnoletti d’oignon nouveau, petit pois et aillet*) – (Мясо молодой курицы, обжаренное и копченое со щепами из бука европейского, подается под зеленым соком из медвежьего лука, агнолетти, гороха и чеснока); **LANGOUSTINES ROYALES** (*juste cuites au thym-citron, condiment «oignon rouge-mangue», bouillon des pincés aux agrumes et coriandre*) – КОРОЛЕВСКИЙ НОРВЕЖСКИЙ ОМАР (свежеприготовленный с веточками тимьяна и свежим соком лимона, а также когдиментом из красного лука и манго под бульоном из цитрусовых и щепотки кориандра).

Подчеркивая, какие старания были приложены при создании блюда, его престиж, а также цена заметно возрастают. При упоминании дополнительных усилий, необходимых для приготовления конкретного блюда, оно автоматически становится особенным и неповторимым. Рассмотрим описание одного блюда из ресторана “L’Oignon” в городе Страсбурге: **SUCCULENTS MORCEAUX DE POULET désossé, marinés dans du gingembre et de l’ail, épicés avec du poivre noir fraîchement pilé, de la farine de gramme et grillés au jaune d’œuf battu** (Восхитительные бескостные кусочки курицы, маринованные в имбире и чесноке, приправленные свежим молотым черным перцем, мукой и обжаренные в разбитом яичном желтке). Описание меню ресторана красиво рисует картину нежных бескостных кусочков, которые были предварительно маринованы, приправлены специями и запечены на мангале. Такие слова, как «медленно обжаренный», «обжаренный на сковороде» и т.д., добавляют индивидуальности блюду.

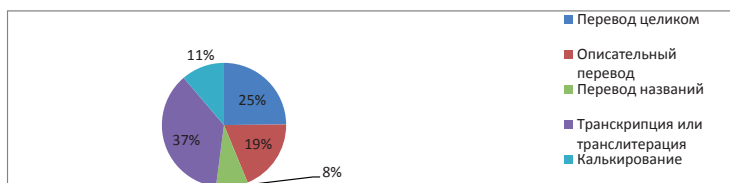


Диаграмма 1. Способы перевода лексики гастрономия в меню

На основе проведенного анализа мы можем сказать: чтобы перевести меню, необходимо сначала ознакомиться с особенностями языка кулинарии, определить лексико-грамматическую специфику его написания, а также принять кулинарные ценности языка перевода и оригинала. Наисложнейшей задачей может стать перевод названий блюд меню ресторана. Ведь для того, чтобы полноценно передать смысл и реалии языка оригинала, переводчик должен быть знаком с кулинарными традициями, особенностями приема пищи в той культуре. В противном случае, незнание того или иного аспекта сферы гастрономии может пагубно сказаться на переводе.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Гастрономический тезаурус французского языка*. – URL: <http://repetitora.com/gastronomicheskij-tezaurus-francuzskogo-yazyka> (дата обращения: 01.03.2020).

2. Савончик С.С. Французско–русский словарь кулинарно-гастрономической и кухонной терминологии / С.С. Савончик. – Орел.: ОАО Тип. Труд., 2005. – 563 с.
3. Baratto, A., Danjou, J.L., Jacquemin, P.: La Cuisine, Paris, Éditions Gallimard, 1997. – 156 p.
4. Cuisine à la française. – URL: <http://www.cuisinealafrancaise.com/fr> (дата обращения 28.02.2020).
5. Dictionnaire cuisine. – URL: <http://www.dictionnaire-cuisie.com> (дата обращения 28.02.2020).
6. Marie-Hélène Baylac: Dictionnaire gourmand Relié, France, Paris. Stubbs M. Discourse analysis: the sociolinguistic analysis of natural language, Chicago, University of Chicago Press, 1983. – 272 p.

ЛЕКСИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ЯЗЫКА РЕКЛАМНОГО ТЕКСТА

Кашанова А.С.

Закирова Л.Р.

Статья посвящена языковым особенностям телевизионных рекламных текстов американского рынка. В данной статье рассмотрены наиболее распространенные тропы, используемые в современной рекламе на примере использования лексических средств в конкретных рекламных лозунгах и текстах.

Ключевые слова: реклама, рекламный текст, лексические средства, тропы, эпитет, сравнения, метафора.

The article is dedicated to the language features of television advertising texts of the American market. This article investigates the most common and effective tropes found in modern advertising by using lexical means in specific advertising slogans and texts.

Keywords: advertising, advertising text, lexical means, tropes, epithet, comparisons, metaphor.

Реклама – явление весьма многогранное и многоаспектное. Поэтому совсем неудивительно, что определений для данного понятия – невероятное множество. Большинство специалистов в своих исследованиях придерживаются следующего определения. *Реклама* – это маркетинговая информация, распространяемая с помощью различных средств, и адресованная определенной аудитории с целью привлечения внимания к определенному товару. Она, несомненно, способствует поддержанию интереса потенциальных покупателей и обеспечивает закрепление и продвижение товара на рынке. Основной целью всех рекламных текстов является не только информирование покупателей об определенном товаре, но и воздействие на его подсознание.

Английская реклама получает колоссальную выгоду, ориентируясь на высокий уровень приспособляемости английского языка. Как известно, английский язык позволяет рекламщикам использовать всевозможные словесные каламбуры, образный язык и совмещать отдельные стили и типы текстов между собой. Рас-

смотря на рекламу как жанр, стоит отметить, что она является достаточно разнообразной. Ввиду интерференции стилей и регистров практически невозможно классифицировать рекламу стилистически.

Реклама окружает нас везде. Из этого следует, что сейчас реклама стала не только признанной, но и значительной частью современной жизни. В сущности всякого рекламного сообщения, несомненно, лежит рекламный текст. Вот почему рекламный текст порождает научный и практический интерес в лингвистике.

Принцип её работы заключается в том, что реклама воздействует на общество и потребительскую аудиторию со стороны, при этом ориентируясь на всевозможные ожидания, мотивы и запросы потребителей.

Рекламные тексты воздействуют не только на потенциальных потребителей, но также и на самих производителей. Главной функцией рекламы в экономике является не только формирование спроса и предложения через предоставление на рынок всей нужной и полезной информации о конкретных товарах или услугах, но и создание определенного образа продукта. Особенно эффективно добиться этого можно, используя образительно-выразительные средства языка. Такие ассоциации помогают сформировать у потребителя яркий образ товара. В конечном итоге, именно с помощью такой ассоциативной последовательности, человек находит для себя определенные новые стороны рекламируемого продукта.

Текст – это структурированная единица, состоящая из более мелких единиц. Это отрезок языка, который имеет связный смысл в контексте его единиц. Она может быть произнесена или написана; она может быть длинной, как книга, или короткой, как крик о помощи. Реклама, если мы имеем в виду вербальную, – это разновидность текста. Мы можем найти рекламные тексты в печатных материалах или в устной форме, транслируемые по радио или телевидению. В печатной рекламе текст может служить только для привлечения внимания читателя, предоставления информации о товаре или служить опорой (связующим звеном между изображением и его контекстом; некоторые указания читателю) для изображения.

Как правило, для создания неповторимого и яркого образа рекламируемого продукта, в рекламе используются множественные тропы. *Тропы* – это так называемые слова и выражения, благодаря которым можно добиться большей выразительности художественного образа предмета. По большей степени они употребляются в переносном значении. Они свободно используются в литературе, искусстве и постоянном общении. Тропы способствуют не только передаче информации, но и показывают своё отношение к ней, делают слова более эмоциональными. Также они способствуют формированию неожиданных мыслей и запоминающихся образов. Понятие «троп» происходит от древнегреческого слова **tropos**, которое означает «превращение» [1]. *Тропы* – это фигуры речи, которые предполагают отклонение от ожидаемого и буквального значения слова. Как правило, троп выступает в роли сравнения, ассоциации или игры слов, заменяя буквальное значение слов или накладывая другое значение поверх буквального значения слова [4]. На наш взгляд, среди наиболее эффективных и распространённых тропов в рекламе можно выделить эпитет, сравнение, метафору.

Эпитет является художественным приёмом, словом или сочетанием слов, придающим предмету эмоциональную окраску. Чаще всего в роли эпитетов вы-

ступают прилагательные. Главная роль эпитетов – это усиление некоего образа, которым обладает конкретный объект [5]. Использование эпитетов в тексте телевизионных рекламных роликов – один из наиболее эффективных способов управления памятью покупателя. Это можно объяснить тем, что эпитеты помогают создавать образ продукта, который способен вызывать определенные ассоциации.

Хорошим примером использования эпитетов в тексте рекламы является реклама популярных американских сухих завтраков **Kellogg's** “*They're grrreat! / Они отличные!*” или реклама Диснейленда “*The happiest place on Earth / Самое счастливое место на земле*” [6].

Сравнение – сопоставление двух предметов или явлений с целью пояснения одного из них с помощью другого. Рекламуемый товар, несомненно, должен отличаться от других продуктов-конкурентов. Сравнение, как и метафора, делает сопоставление между двумя несвязанными вещами. Однако вместо того, чтобы утверждать, что одна вещь есть другая вещь (как в метафоре), сравнение утверждает, что одна вещь подобна другой вещи. Во многих случаях использование этого приема характеризует объяснение чего-либо неизвестного путем известного. Кроме того, использование сравнений в современных рекламных текстах можно объяснить стремлением маркетологов как можно ярче выделить свой товар на рынке и добиться оригинального звучания. Примером такой рекламы является слоган шоколада **Bounty**: *a taste of paradise*. Или один из слоганов компании KFC: **Nobody does chicken like KFC**. Тем самым производители стремятся сделать свой товар ярким и запоминающимся среди своих конкурентов.

Также хочется добавить в этот список использование иностранных слов, которые используются создателями рекламных текстов с целью подчеркнуть уникальность происхождения рекламируемого товара. Например, в фразе, которая звучит как *La crème de la crème of lipcolour*, употребление словосочетания *crème de la crème* подчеркивает превосходное качество. Или например реклама немецкой марки шоколада Ritter Sport, где всем известный слоган *Quadratisch. Praktisch. Gut* достаточно ярко выделяет продукт среди всех остальных товаров в данной сфере производства.

Стоит также уделить немало внимания таким тропам, как метафоры. В своей работе М.Р. Желтухина, анализируя продуктивность современных рекламных текстов, выделяет именно метафору: «Метафора, метонимия, синекдоха как основные виды тропов оказывают наибольшее суггестивное воздействие в масс-медиаальном дискурсе» [2].

Метафора в рекламном тексте берет на себя одну из главных ролей, завлекая и побуждая потенциальных покупателей приобретать рекламируемый продукт.

На наш взгляд, посредством метафоры четко осуществляется принцип индивидуализации, акцентирующий свое внимание на уникальности и неповторимости объектов сопоставления, устанавливающий их подобие не более чем в каком-то конкретном ракурсе и заостряющий интерес на одной определенной детали.

Кроме того, метафору можно определить как скрытое сравнение, выполняющееся путем использования названия одного предмета к другому, при этом выявляющее следующим образом значимую черту другого [3].

Метафора служит не только средством выразительности для создания так называемого «образа», но и помогает сформулировать четкое утверждение о всей ценности товара, которое несет за собой особую информационную нагрузку.

Хорошим примером является реклама косметического бренда **Schwarzkopf Palette**.

“*Your hair. Your canvas*” (Что на русский язык можно перевести как «*Ваши волосы – ваш холст*»). В этой рекламе краски для волос “Schwarzkopf Palette” ключевым является слово “*canvas*”. Можно сказать, что здесь метафора представляет всю красоту волос и богатство оттенков, чего можно добиться, используя краску для волос бренда “Schwarzkopf Palette”. Исходя из этого, автор рекламы хочет сказать покупателю, что на волосах, как на холсте, возможно сотворить настоящий шедевр, конечно же, пользуясь краской для волос этого бренда.

Таким образом, мы можем сделать вывод, что лексические средства, при составлении рекламного текста, играют одну из главных ролей. Все эти тропы привлекают и удерживают внимание потенциальных покупателей, насыщая сам текст значимыми образами и элементами, что, несомненно, является одним из инструментов воздействия и манипулирования сознанием и мыслительным процессом покупателей.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Бернадская Ю.С.* Текст в рекламе / Ю.С. Бернадская. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. – 288 с. (Серия «Азбука рекламы»).

2. *Желтухина М.Р.* Тропологическая суггестивность масс-медиального дискурса: о проблеме речевого воздействия тропов в языке СМИ монография / М.Р. Желтухина. – Москва-Волгоград: РАН, Ин-т языкознания, Моск. ун-т потреб. кооп., 2003. – 656 с.

3. *Мачушенко Т.С.* Метафора в рекламных текстах / Т.С. Мачушенко // Молодой ученый. – 2017. – № 12. – С. 633–635. – URL: <https://moluch.ru/archive/146/40984/> (дата обращения: 30.03.2020).

4. *Петров О.В.* Риторика / О.В. Петров. – М.: Проспект, 2004. – 92 с.

5. Что такое эпитеты и какие они бывают (на примерах из литературы). – URL: <https://ktonanovenkogo.ru/voprosy-i-otvety/ehpitet-chto-eh-to-takoe-primery-ehpitetov-literatury.html> (дата обращения: 25.03.2020).

6. 20 лучших слоганов столетия. – URL: <https://marketing.by/keysy/200-luchshikh-sloganov-stoletiya/>(дата обращения: 25.03.2020).

7. *Hornby A.S.* Oxford Advanced Learners Dictionary of Current English / Hornby A.S. – М.: Oxford: University Press, 1988. – 964 p.

ОСОБЕННОСТИ ТЕЛЕВИЗИОННОЙ РЕЧИ КАК РАЗНОВИДНОСТИ ПУБЛИЧНЫХ ВЫСТУПЛЕНИЙ

*Кураченко А.Б.
Закирова Л.Р.*

Статья посвящена особенностям телевизионной речи как разновидности публичных выступлений. В статье изучены варианты использования лингвостилистических приемов, речевых особенностей, а также используемые стратегии при про-

ведении ток-шоу на примере «Шоу Эллен», «Шоу Грэма Нортон» и «Шоу Ларри Кинга».

Ключевые слова: ток-шоу, лингвостилистические приемы, речевые особенности, стратегии, тактики.

The article describes the specific features of TV speech as an aspect of public performance. The article presents different variants of linguostylistic techniques, speech features and strategies of presenters hosting a talk show on the examples "Ellen's show", "The Graham Norton show" and "Larry King".

Key words: talk show, linguostylistic techniques, speech features, strategies, tactics.

В современном мире значимость публичной коммуникации не только продолжает оставаться весомой, но и все более развивается и совершенствуется, отвечая духу времени.

В данной статье анализируется и проводится сравнение построения речи на телевидении в англоговорящих странах на примере речи британского телеведущего Грэма Нортон, а также телеведущих Эллен Дедженерс и Ларри Кинга.

Актуальность темы данного исследования заключается в том, что ток-шоу повсеместно встречаются в нашей жизни, но тем не менее, необходимо постоянно подстраивать имеющиеся форматы для современного зрителя, запросы которых постоянно увеличиваются. Одним из таких запросов является учет лингвистического аспекта, так как общество не находится в стагнации, а постоянно развивается и меняется.

Также стоит отметить лингвистический аспект, который заключается в рассмотрении различных ток-шоу и выявлении лингвистических особенностей, а также различий и сходств телевизионных передач, выполняющих практические функции, такие как информирование, развлечение зрителей, реклама спонсоров с помощью языкового материала. Но нельзя забывать о том, что 80% успеха каждого телешоу заключается именно в ведущих.

На наш взгляд, для поднятия рейтинга, а, следовательно, и популярности различных ток-шоу необходимо понимать различия лингвистического и практических подходов к ведению диалога между ведущим и гостем. Каждый ведущий находит свой собственный подход, использует различные речевые методики и речевое поведение, способное достигать различных целей коммуникаций.

Большую часть ток-шоу можно характеризовать тремя основными компонентами, без которых сложно представить любое разговорное телевизионное шоу, а именно сам ведущий, зрители и, разумеется, сами гости программы. К тому же нельзя забывать о том, что существует достаточное количество разновидностей ток-шоу. В своей работе Н.В. Вакурова различает такие ток-шоу как:

– *Дискуссия* как жанр аналитической публицистики, в которой наблюдается обсуждение темы при условии наличия двух противоположных точек зрения на значимую проблему. Но при отсутствии какого-либо видео сопровождения вся зрелищность будет строиться на профессионализме самого ведущего и пригла-

шенной знаменитости, подготовки проблемы и наличия способности к импровизации [1, с. 341].

– *Теледебаты* как разновидность разговорного жанра, включают репортажи, дискуссии, интервью. В качестве примера теледебатов могут быть представлены предвыборные дебаты, являющиеся обязательным составляющим любой предвыборной кампании.

– *Беседа*, существующая в двух формах, которая способна включать в себя обсуждение актуальных проблем и привлечение людей, появление которых на экране способно поднять рейтинг телепередачи, а также привлечь внимание таблоидов. По мнению З.Й. Шмидта, беседа не должна протекать с конфронтацией сторон, так как это приводит к изменению формата с беседы на дискуссию [3, с. 341].

– *Телемост*, который является вариантом разговорного жанра, использует возможность противопоставления контрастных взглядов аудиторий за счет использования техники спутниковой связи, позволяющей противопоставить географически отдаленные регионы, причем, каждая сторона имеет своего собственного ведущего, от которых, в значительной степени зависит успех представляемой им стороны.

Из общих компонентов также можно отметить выбор темы, так как тема для каждого шоу является важным процессом. По большей части, каждый гость – отдельная тема для каждого шоу, так как каждая известная личность уникальна по своему и невозможно найти двух абсолютно идентичных людей. Поэтому каждому необходимо уделять особое внимание, задавать вопросы, которые относятся именно к нему, а также создать и подготовить почву для дальнейшего сотрудничества. Ведь, зачастую, известные личности посещают шоу для продвижения своих собственных интересов, а также для получения большей славы и известности.

Согласно мнению Н.В. Кохтева, ведущий – основополагающий компонент любого ток-шоу и если ведущий вызывает какую-либо антипатию, независимо от темы, программу неизбежно ждет провал [2, с. 175].

Одним из примеров и гигантов мировой журналистики считается ведущий Л. Кинг. Его телепередача основана в первую очередь на том, что в его телепередаче можно сделать какие-либо официальные заявления и на следующий день увидеть эти же слова в мировых новостных таблоидах, что показывает высокий уровень доверия и авторитета Л. Кинга как журналиста. В выпусках шоу Л. Кинга всегда наблюдается четкая структура проведения интервью. Выпуски по большей части базируются на том, чем занимается гость программы, то есть по большей части шоу Л. Кинга основано на диалоге двух людей. “*You’ve been dominated for induction into the rock n’ roll hall of fame. That’s got to come, right?*” [10].

В это же время “*Ellen’s Show*” ориентировано на гостя, зрителя и телезрителя. Сама Эллен с абсолютной непринужденностью ведет передачу, проводя дискуссии на интересующие ее и зрителя темы, к примеру какие-либо события, недавние проекты и достижения, которые повлияли на изменение жизни популярных гостей. Один из методов, который использует Эллен в своей телепередаче, – непринужденная манера общения. Эллен вполне может найти детские фотографии или иной материал, тем самым побуждая гостя рассказывать о своей личной и общественной жизни. Это является достаточно распространенным способом

для расположения к себе как публики, так и гостя путем проведения различных интерактивных действий, подключая зрительскую аудиторию. “*Ah, I’m not sure that was loud enough, Paige. My neighbors usually have their TV on*” [9].

Что касается Г. Нортон, то в его ток-шоу было принято решение отойти от привычного формата проведения интервью. Как правило, интервью Г. Нортон проходит не в формате «Ведущий-звезда-ведущий», а сразу же три гостя, которые чаще всего связаны только наличием звездной карьеры. Само интервью проходит как непринужденная беседа с присутствием юмора и активной жестикуляцией.

Также стоит отметить саму роль зрителей в шоу Г. Нортон. К примеру, если в шоу Л. Кинга зрители как таковые отсутствуют, в шоу Эллен зрители являются одним из основных катализаторов взаимодействия ведущего и приглашенной звезды, то в шоу Г. Нортон, ведущий почти не взаимодействует со зрительным залом и обычно при съемке зрители показаны только дальним планом.

Стоит отметить, что в процессе проведения интервью именитых гостей ведущим используется различная лексика, которая способна включать в себя книжную, нейтральную, активную и терминологическую. Вариативность лексики зависит от того, какая знаменитость будет представлена в шоу. Грамматический строй важен, так как при правильном построении предложения, используя полные и развернутые грамматические конструкции, ведущий побуждает гостя вести беседу на том же самом уровне, направляя интервью в нужное ему направление.

Касаясь вопросов построения речи, то в речи Г. Нортон, как и Э. Дедженерс, наблюдается большое количество междометий и восклицательных предложений, таких как “*Oh, wow, oh my gosh, It’s exciting! It’s really good! Who!*” [6, 7, 9], которые способны заменить собой целые предложения.

Что касается Л. Кинга, то его интервью строится на строгой структуре, где каждый вопрос является четко продуманным, видна логика вопросно-ответной формы. Л. Кинг абсолютно не использует сленг в своих интервью, придерживаясь официально-деловой и книжной лексики, что создает впечатление того, что Л. Кинг имеет четкую последовательность в общении с гостями, нежели Э. Дедженерс или Г. Нортон [4, 5, 7]. “*...and you can tell me to go away, and I’ve got some like mics. If you could – do you wanna do a little bit of rapping? And take your time*” [8].

Таким образом, все трое ведущих, безусловно, являются мастерами своего дела, но если шоу Г. Нортон и Э. Дедженерс имеют примерно одинаковые лингвистические приемы, то шоу Л. Кинга кардинально отличается.

ЛИТЕРАТУРА

1. Вакурова Н.В. Типология жанров современной экранной продукции / Н.В. Вакурова, Л.И. Московкин. – М.: Москва, 2012. – 341 с.
2. Кохтев Н.Н. Ораторская речь: Стиль и композиция / Н.Н. Кохтев. – М.: Просвещение, 2012. – 175 с.
3. Шмидт З.Й. Текст и история как базовые категории / З.Й. Шмидт. – М.: Высш. Школа, 2014. – 341 с.
4. Interview with Macaulay Culkin. – URL: <http://transcripts.cnn.com/TRANSCRIPTS/0405/27/lkl.00.html> (дата обращения: 25.03.2020).
5. Larry King Special: Johnny Depp. – URL: <http://transcripts.cnn.com/TRANSCRIPTS/1110/16/lkl.01.html> (дата обращения: 25.03.2020).

6. The Ellen DeGeneres Show. – URL: http://www.gilliananderson.ws/transcripts/04_05/04ellen.shtml (дата обращения: 25.03.2020).
7. The Graham Norton Show S20E01. – URL: <https://www.youtube.com/watch?v=9PW2FfQi6c8> (дата обращения: 25.03.2020).
8. The Graham Norton Show – BBC One. – URL: <https://lybio.net/will-jaden-smith-dj-jazzy-jeff-and-alfonso-ribeiro-rap-the-graham-norton-show-bbc-one/entertainment/> (дата обращения: 25.03.2020).
9. Womyn Fest. – URL: <http://www.oocities.org/tvtranscripts/ellen/womyn.htm> (дата обращения: 25.03.2020).
10. Interview with Jon Bon Jovi // <http://transcripts.cnn.com/TRANSCRIPTS/1012/29/lkl.01.html> URL: transcripts.cnn.com (дата обращения: 25.03.2020).

СЛОВООБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ТЕРМИНОВ-НЕОЛОГИЗМОВ (НА ПРИМЕРЕ СОВРЕМЕННЫХ СТАТЕЙ СОБСТВЕННО-НАУЧНОГО ПОДСТИЛЯ)

*Латыпов Э.Ф.
Нуртдинова Г.М.*

В статье представлены результаты систематизации способов словообразования терминов-неологизмов в современном английском языке (на примере современных статей собственно-научного подстиля). Авторы предприняли попытку определить сущность понятий «неологизм» и «термин», проанализировали способы их образования и функционирования в научном дискурсе.

Ключевые слова: неологизм, словообразование, словосложение, конверсия, словослияние, аффиксация, сокращение.

This article describes the results of the systematization of word-formation methods of neologism terms in modern English (using the example of modern articles of a proper scientific sub-style). The article discusses the essence of the concept of neologism and term, analyzes the ways of their formation and functioning in scientific discourse.

Keywords: neologism, word formation, compounding, conversion, word merging, affixation, reduction.

Лексический состав английского языка, активно меняется благодаря экстралингвистическим факторам, в результате которых образуются новые реалии и понятия, которые необходимо наименовывать. Возникает необходимость исследования способов словообразования неологизмов и их систематизации. Сущностью понятия «неологизм» занимались такие ученые, как В.В. Лопатин, С.И. Алаторцева, И.В. Арнольд, Ю.А. Жлуктенко, Э.М. Дубенец и другие.

В статье представлен анализ и систематизация способов словообразования неологизмов на материале современных статей собственно-научного подстиля.

В качестве материала исследования мы использовали современные статьи собственно-научного подстиля “A Brief Survey on 5G Wireless Mobile Network”,

“Virtual Technologies Trends in Education”, “Bitcoin-NG: A Scalable Blockchain Protocol” и “Journal of King Saud University – Computer and Information Sciences” [5, 6, 7, 8].

В словарном запасе языка непрерывно образуются и оседают новые слова и понятия. Этот процесс постоянного изменения словарного состава языка доказывает появление большого количества неологизмов [3]. *Неологизмы* (от греч. «новое слово») – это слова или словосочетания, появившиеся в определенный период в каком-либо языке и использованные в каком-либо тексте или в речи [4]. Существует различные способы пополнения языка новыми словами, такие как словообразование, изменение значения слова и заимствования.

О.Л. Рублева считает, что существует две причины возникновения новых слов: *лингвистическая* (существующее слово приобретает новый семантический оттенок) и *экстралингвистическая* (новое слово для наименования еще неизвестных понятий или явлений) [7]. В проводимом исследовании рассматривались неологизмы в научном стиле текста (а именно связанного с ИТ), так как для научного стиля характерно образование большого количества неологизмов, которые возникают для обозначения новых понятий и реалий, появляющихся благодаря исследованиям и открытиям.

По способу словообразования, неологизмы можно разделить на следующие группы:

1. Словосложение-словообразование – этим способом складываются основы двух слов и образуют одно, например, “**blockchain**” (“**block**” + “**chain**”) – «распределённые реестры».

2. Аффиксация – новые слова образуются благодаря добавлению к корню слова суффиксов и префиксов. Например, “**googable**” – «то, что можно найти при помощи поисковой системы Google или другой аналогичной поисковой системы в Интернете» (перевод Э.Ф. Латыпова).

3. Конверсия – средством словообразования является парадигма слова, т.е. вид словообразования, при котором не меняется внешняя форма слова, однако оно приобретает новое значения, перейдя в другую часть речи. Например, “**Google**” – «поисковая система Google» → “**to google**” – «искать информацию при помощи поисковой системы Google».

4. Слияние – вид словообразования, при котором несколько слов соединяются с помощью объединения их букв или звуков. Например, слова, образованные при помощи слияния. Например, “**biobot**” – “**biological**” + “**robot**” – «биоробот».

5. Сокращения – при словообразовании часть звукового состава слова опускается, например, “**sonar**” – “**sound operation, navigation and range**” – «гидролокатор»; “**laser**” – **Light Amplification by Stimulated Emission of Radiation** «усиление света посредством стимулированного излучения».

6. Обратное словообразование – опущение суффикса исходного слова. Например, “**editor**” – «редактор» → “**to edit**” – «редактировать».

7. Звукоподражание – или ономотопия – процесс образования слов, которые напоминают звуки природы, людей и предметов.

8. Повтор – слово, образованное с помощью полного или частичного повтора корня.

9. Перенос ударения – “**import** (существительное)” – «импорт» → “**im`port** (глагол)” – «импортировать».

10. Словообразования, связанные с именами людей. Например, “**Kuznets swing**” – «Циклы (ритмы) Кузнецца» – экономические циклы, получившие название по имени экономиста Саймона Кузнецца [1].

На анализе теоретического материала были выделены наиболее продуктивные способы образования новых слов, такие, как словосложение, аффиксация, конверсия, слияния и сокращения. Менее продуктивными способами словообразования являются обратное словообразование, звукоподражание, повтор, перенос ударения и словообразования, связанные с именами людей.

Научно-деловой подстиль или еще называется научно-информативным подстилем, реализуется в патентах, аннотациях и т.д., при помощи набора стандартных выражений, клише. В этом подстиле встречается большое количество терминов. И.В. Арнольд отмечает, что наличие специальных терминов является основным отличием научного стиля от других. У каждой отрасли науки есть своя терминология [2, с. 336].

Термин – это слово или словосочетание, употребляемое в специальной сфере для обозначения специального понятия и требующее определение. Были отмечены следующие признаки термина: однозначность, синонимичность, системность, номинативность, краткость, точность, стилистическая нейтральность.

В исследовании было проанализировано 120 терминов-неологизмов. Самыми популярными способами словообразования в научном дискурсе являются сокращения – 51 термин, словосложения – 30 терминов, и слияние – 22 термина.

Примерами сокращений являются следующие термины: “**5G**” – термин, образованный при помощи двух слов “**fifth**” + “**generation**”, по отдельности эти слова переводятся как «пятое» и «поколение». Этот термин используется в сфере информационных технологий и означает пятое поколение мобильной связи; следующим примером сокращения является аббревиатура “**MIMO**” – слово, образованное из начальных букв следующих слов: “**Multiple Input Multiple Output**” – «Многоканальный вход – многоканальный выход»; следующим примером является термин “**IoT**” сокращение от “**Internet of Things**” – «технология «Интернет вещей»; в последнее время стало популярной технология “**NFC**” сокращение от “**near field communications**” – «ближняя бесконтактная связь».

Примерами словосложения могут являться следующие термины: “**Telepresence**” слово, образованное путем сложения двух слов “**tele**” – «действующий на расстоянии» + “**presence**” – «присутствие», означает «дистанционное присутствие (на рабочем месте с помощью компьютера)»; “**headset**” – термин, образованный путем сложения двух слов “**head**” – «голова» + “**set**” – «гарнитура», означает «шлемофон», однако в среде виртуальной реальности используется в значении «VR-шлем»; “**bitcoin**” – термин, образованный путем сложения двух слов “**bit**” – «бит» и “**coin**” – «монета», означает «цифровая валюта биткойн»; “**cryptocurrencies**” – термин, образованный путем сложения двух слов “**crypto**” – «крипто» («зашифрованный») и “**currency**” – «валюта», означает «криптовалюта».

Примерами сокращений являются следующие термины: “**qubit**” – термин, образованный при помощи слияния двух основ “**quantum**” – «квант» и “**bit**” – «бит»,

означает «квантовый бит»; **“biobot** – термин, образованный при помощи слияния двух основ “biological” – «биологический» + “robot” – «робот», переводится как «биоробот»; слово **“cobot”** состоит из двух слов “collobarative” – «партнерский» и “robot” – «робот» и подразумевает под собой робота, который работает наравне с человеком; термин **“phablet”**, которое состоит из двух компонентов “phone” – «телефон» и “tablet” – «планшет», означает телефон с большим экраном;

Менее популярными способами образования нового слова оказались аффиксация – 9 терминов, конверсия – 6 терминов и словообразования, связанные с именами людей – 2 термина. Такие способы как обратное словообразование, звукоподражание, повтор и перенос ударения не были использованы.

Примерами аффиксации являются следующие примеры: термин **“non-windowing”** образован при помощи префикса “non-“, который используется для образования новых слов со значением «не». Этот термин переводится как «безоконный», имеет значение «не рассчитанный на работу с окнами» (в компьютере). Еще одним примером является термин **“anti-alias”** – «сглаживание краёв», он образован при помощи префикса “anti-“, который используется для образования новых слов со значением «против чего-либо», «противоположный», «не», «анти».

Ярким примером конверсии является термин **“to compute”** – «вычислять», который путем вербализации образовался от существительного “computer” – «электронная вычислительная машина».

Термины, связанные с именами людей, например, **“Nakamoto consensus”** – «консенсус Накамото» (термин назван в честь основателя биткоина, человека, носящего псевдоним Сатоши Накамото). Этот термин используют для названия децентрализованного, псевдонимного протокола консенсуса биткойн. **“Merkle root”** – «корень дерева Меркла» (термин назван в честь основателя концепции хэш-деревьев Ральфа Меркла). Этот термин означает полное двоичное дерево в сфере криптовалют.

Таким образом, анализ отобранных терминов из научного дискурса показал, что для образования терминов используется большое количество способов. Так сокращения – 51 термин (42,5%), словосложения – 30 терминов (25%), слияние – 22 термина (18%). аффиксация – 9 терминов (8%), конверсия – 6 терминов (5%) и термины, связанные с именами людей – 2 термина (2%).



Рис. 1. Способы словообразования

Итак, наиболее часто используемым способом словообразования оказался способ сокращения.

ЛИТЕРАТУРА

1. Арнольд И.В. Лексикология современного английского языка / И.В. Арнольд. – М.: Высш. шк., 1986. – 295 с.
2. Арнольд И.В. Стилистика. Современный английский язык: Учебник для вузов / И.В. Арнольд. – М.: Флинта: Наука, 2002. – 384 с.
3. Дунев А.И. Русский язык и культура речи: Учеб. для вузов / А.И. Дунев, М.Я. Дымарский, А.Ю. Кожевников. – СПб.: Изд-во РГПУ им. А.И. Герцена, 2002. – 509 с.
4. Ярцева В.Н. Лингвистический энциклопедический словарь. – URL: [http:// tapemark.narod.ru/](http://tapemark.narod.ru/) (дата обращения: 24.02.2020).
5. A Brief Survey on 5G Wireless Mobile Network. – URL [https:// pdfs.semanticscholar.org/0955/a313e113cf11ebd97d291d45e172f4f12d25.pdf](https://pdfs.semanticscholar.org/0955/a313e113cf11ebd97d291d45e172f4f12d25.pdf) (дата обращения: 24.02.2020).
6. Bitcoin-NG: A Scalable Blockchain Protocol. – URL [https:// www.usenix.org/system/files/conference/nsdi16/nsdi16-paper-eyal.pdf](https://www.usenix.org/system/files/conference/nsdi16/nsdi16-paper-eyal.pdf) (дата обращения: 01.03.2020).
7. Internet of Things. – URL: [https:// reader.elsevier.com/reader/sd/pii/S1319157816300799?token=DA4DA7F68C7DF3969BA44A4A1CDD1D88FC77AE91412A369B62817EF120C62AD3FCD92B11E46323CA0CFA7BBB9E757CA8](https://reader.elsevier.com/reader/sd/pii/S1319157816300799?token=DA4DA7F68C7DF3969BA44A4A1CDD1D88FC77AE91412A369B62817EF120C62AD3FCD92B11E46323CA0CFA7BBB9E757CA8) (дата обращения: 01.03.2020).
8. Virtual Technologies Trends in Education. – URL <https://members.aixr.org/storage/Virtual%20Technologies.pdf> (дата обращения: 02.03.2020).

МЕТАФОРА В СЛЕНГЕ АНГЛОЯЗЫЧНОГО КИНЕМАТОГРАФА

Низамова Б.М.

Статья посвящена специфике феномена сленга в рамках современного английского языка и роли метафоры в данном языковом явлении. Исследование основано на изучении английского сленга на примерах британского и американского кинематографа, а также на поиске метафоры в спектре этого направления.

Ключевые слова: сленг, метафора, британский кинематограф, американский кинематограф, английский язык.

The article describes the specificity of the English slang and the role of metaphor within this linguistic term. The research is based on studying the English slang in the British and the American cinematography and is also devoted to the metaphor within the framework of this branch of linguistics.

Keywords: slang, metaphor, British cinematography, American cinematography, the English language.

Язык – это живая развивающаяся система, которая не стоит на месте и видоизменяется, дополняется, обновляется каждый день. Английский язык не является исключением, он постоянно изменяется и дополняется. Особое место в данном процессе имеет влияние различных групп населения, связанных друг с другом возрастом, родом деятельности, профессией, социальным положением, общими интересами и так далее. Данные группы создают свой особый языковой пласт, состоящий из различных слов, словосочетаний, выражений, которые впоследствии могут стать частью литературной лексики. Такое явление носит название «сленг».

Сленг в современном английском языке широко распространен не только среди англоговорящего населения, но и среди тех слоев, для которых английский

не является родным. Носители английского языка начинают все чаще использовать сленговые слова или выражения в своей речи. Необходимо отметить, что сленг представляет из себя целую систему, включающую в себя различные языковые элементы. Метафора – одна из важнейших её частей. Термин «сленг» обладает широким спектром значений. До сих пор нет единого определения данного понятия. Для того, чтобы сформировать полную картину, необходимо обратиться к ученым и лингвистам.

По мнению советского лингвиста И.В. Арнольд, сленг – это исключительно разговорные слова, словосочетания и выражения шутливой или грубоватой окраски, непринятые в литературном языке [1].

Э. Парtridge, британский лексикограф, посвятивший множество трудов теме сленга, дает следующее определение: сленг – это своеобразный язык, лежащий за пределами литературного языка, постоянно отклоняющийся с курса и пробивающий себе путь к самой уважаемой компании [5].

Некоторые ученые и лингвисты предполагают, что сленг несет негативные последствия: является загрязнителем литературного языка, паразитом лексики, который нужно искоренять. Другие же, напротив, видят в сленге инструмент, придающий языку выразительность, образность, обогащающий его и привносящий что-то новое. Например, данное мнение можно заметить в словаре Уэбстера, где отмечается способность сленга сделать язык более ярким и живым [6].

Сленговые слова формируются по тому же принципу, что и общеупотребительные. Некоторые из них представляют собой продукт вторичной номинации. Вторичная номинация – это употребление того или иного известного слова для образования названия нового слова [2]. Модель образования вторичной номинации зависит от использования тех или иных средств художественной выразительности, а также от соответствия «название – реальность» [4]. Одним из таких средств является метафора.

Как нам известно, метафора представляет из себя скрытое сравнение, основанное на общем признаке между двумя предметами или явлениями.

Существует мнение, что метафора в языке сленга играет одну из основных ролей, так как сам феномен сленга является одной большой метафорой, созданной говорящим, который дает новые названия существующим реалиям.

Есть множество различных классификаций метафоры, однако в нашем исследовании нам предстоит выбрать одну из них и переложить их на современный язык сленга англоязычного кинематографа.

Для данного анализа нами было принято решение отобрать два кинофильма британского и американского производства. Первый фильм – «Рок-н-рольщик», снятый известным режиссером из Великобритании Г. Ричи. Второй – «Криминальное чтиво», принадлежащий режиссеру из Соединенных Штатов Америки К. Тарантину.

По мнению ученых и лингвистов, наиболее полноценную классификацию изучаемого нами оборота речи предложил В.П. Москвитин, который разделил метафору на три большие группы: *семантическая, структурная и функциональная* [3]. У каждого из направлений есть свои подвиды.

Первая группа – семантическая метафора. Она сформирована по тематическому содержанию, лежащему в основе сравнения. Данный вид делится на:

1. Анималистическую метафору, которая образована на сравнении с животными. *Honey Bunny* – зайчик («Криминальное чтиво», 1994, реж. Квентин Тарантино). *What a chick!* – Что за красотка («Рок-н-рольщик», 2008, реж. Гай Ричи).

2. Антропоморфная метафора – метафора, представляющая из себя сравнение предметов, животных, растений с человеком: *It's the same ballpark* – это приблизительно то же самое («Криминальное чтиво»). *Ballpark* – футбольный стадион.

No, retard, from the fight – Нет, дурила, из-за драки («Криминальное чтиво»). *Retard* – отставание, промедление.

I don't go joy-poppin' with bubble-gummers – я не вожусь с бестолковыми детьми («Криминальное чтиво»). *Bubble gum* – жевательная резинка.

Smoking crack pipe – торчок («Рок-н-рольщик»). *Pipe* – трубка.

You're mess – на вас живого места нет («Рок-н-рольщик»). *Mess* – мусор.

House full of nutters – дурдом («Рок-н-рольщик»). *Nut* – орех.

3. Пространственная метафора, основанная на сравнении с пространством или временем: *Pop around in a jiffy* – я скоро загляну («Рок-н-рольщик»). *Jiffy* – мгновение.

Do I not look like a pothouse? – Неужто я похож на торчка? («Рок-н-рольщик»). *Pothouse* – кабак, пивная.

4. Ключевая метафора, главным субъектом которой могут выступать свет, цвет, количество, жизнь, смерть и т.д. В исследуемых нами кинокартинах отсутствует данный вид метафоры в сленге как американского, так и британского английского. Поэтому мы приведем свои собственные примеры: *yellow listed* – человек, не моющий руки после посещения туалета, *look like death warmed up* – выглядеть неважно из-за болезни, *spring to life* – внезапно ожить, *cry blue murder* – громко возмущаться.

Следующая классификация – структурная. Её основным признаком является характер выражения метафоры. Данная группа, в свою очередь, делится на:

1. Словесные, то есть состоящие из одного слова или словосочетания:

Palooka – бычара («Криминальное чтиво»).

Pot-belly – брюхо («Криминальное чтиво»).

Pothouse – торчок («Рок-н-рольщик»).

Chaps – братва («Рок-н-рольщик»).

2. Фразовые, представленные в виде выражений или фраз:

Roll a joint – забить косяк («Криминальное чтиво»).

Take heart – соберись с духом («Криминальное чтиво»).

Puffin' away – пыхнуть («Криминальное чтиво»).

Keep chillin' – отдыхай («Криминальное чтиво»).

Freak out – удивиться («Криминальное чтиво»).

Nicked your rings – стащил кольца («Рок-н-рольщик»).

Gears himself up – Он вмазывается («Рок-н-рольщик»).

Make a pass at you – подкатывать к тебе («Рок-н-рольщик»).

3. Текстовые, представляющие собой предложение или небольшой текст:

It's ain't the giggle it used to be – Это не так прикольно, как раньше («Криминальное чтиво»).

We're out of it – С этим покончено раньше («Криминальное чтиво»).

You get your head blown off stickin' up one of them – Да все уже просто запарились их грабить («Криминальное чтиво»).

You dig it the most – Врубаетесь в тему («Криминальное чтиво»).

I don't be ticklin' or nothing – Это тебе не щекотка какая-то («Криминальное чтиво»).

You won't see him on the cobbles – Он на улице не стоит («Рок-н-рольщик»).

Функциональные метафоры предполагают объединение на основе определенной цели, для которой они употребляются. Они также делятся на следующие группы:

1. **Номинативные** – это те метафоры, которые используются для номинации новых предметов или явлений. В данном виде можно заметить тенденцию сложения слов для образования нового понятия:

Homeboy – приятель («Криминальное чтиво»).

Bubble-gummers – бестолковые дети («Криминальное чтиво»).

No-gooder – бестолочь («Рок-н-рольщик»).

Backhanders – взяточники («Рок-н-рольщик»).

2. **Оценочные** метафоры, употребляемые для того, чтобы оценить внешность, качества, способности, действия:

What a gyp! – что за жулик! («Криминальное чтиво»).

Fats – толстяк («Криминальное чтиво»).

Oafish – глупый («Криминальное чтиво»).

Bollocks – чушь («Рок-н-рольщик»).

Junkies – торчки («Рок-н-рольщик»).

3. **Декоративные** – метафоры, которые служат для придания речи выразительности, для более яркого описания событий. В фильмах, изучаемых нами, преобладает уличный сленг, поэтому в большинстве своем главные герои кинокартин употребляют декоративные метафоры, чтобы придать своей речи более грубый характер:

Start stickin' his big snout – Сунет свое рыло («Криминальное чтиво»).

Do don't go getting cold feet – Не сливайтесь от нас («Рок-н-рольщик»).

Таким образом, можно сделать вывод, что язык современного англоязычного кинематографа тесно связан с феноменом сленга. Он присутствует в большей части диалогов, так как данный феномен способен отразить время и место, в которых происходят события, дать характеристику герою, показать его социальную принадлежность тому или иному обществу и обозначить его роль в кинофильме. Следует отметить, что метафора является одним из самых часто употребляемых средств выражения в рамках английского сленга. Можно утверждать, что данные языковые единицы неразрывно связаны друг с другом. Британский и американский кинематограф активно пользуется метафорами в сленге, так как при помощи их взаимодействия у каждого героя появляется отдельный языковой стиль, помогающий раскрывать персонаж изнутри, а также задать атмосферу всей кинокартины. В этом состоит сила языка и его элементов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Арнольд И. В. Лексикология современного английского языка: учеб. пособие / И.В. Арнольд. – М.: ФЛИНТА: Наука, 2012. – 376 с.
2. Макарова О. С. Вторичная номинация в философском дискурсе (на материале текстов Ф. Ницше) / О. С. Макарова // Язык, коммуникация и социальная среда. – Выпуск 7. – Воронеж: ВГУ, 2009. – 64 с.
3. Москвин В.П. Русская метафора. Очерк семиотической теории / В.П. Москвин. – М.: Ленанд, 2006. – 184 с.
4. Судзиловский Г.А. Сленг – что это такое? Английская просторечная военная лексика / Г. А. Судзиловский. – М.: Воениздат, 1973. – 182 с.
5. Partridge E. Slang To-day and Yesterday. – URL: <https://ru.scribd.com/read/262690778/Slang-To-Day-and-Yesterday> (дата обращения: 05.02.20).
6. Webster's Dictionary. – URL: <https://www.webster-dictionary.org/definition/slang> (дата обращения: 06.02.20).

СЛЕНГ КАК ЭЛЕМЕНТ ВИРТУАЛЬНОГО ДИСКУРСА: ПРАГМАТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Макарова М.М.

Данная работа вносит некоторый вклад в современную социолингвистическую науку, уточняя и конкретизируя некоторые ее понятия, а также применяя ее методы к новому в данном исследовательском ракурсе материалу: французским интернет-комментариям. В статье сравнивается частотность употребления сленга и, как следствие, его эффективность в новостных комментариях.

Ключевые слова: сленг, сленгизмы, интернет-сленг, прагматический, дискурс, виртуальный дискурс, интернет-дискурс, коммуникативные интенции, словообразование, верланзация.

This work makes some contribution to modern sociolinguistics, clarifying and concretizing some of its concepts, as well as applying its methods to a new material in this research perspective: French Internet commentaries. The article compares the frequency of slang usage and, as a result, its effectiveness in the news commentary.

Key words: slang, slangisms, Internet slang, pragmatic, discourse, virtual discourse, Internet discourse, communicative intentions, word formation, verlanization.

Прагматическое воздействие – это воздействие, оказываемое определенным высказыванием, способное регулировать, так или иначе, поведение другого человека [3, с. 135]. Также данное явление имеет название «коммуникативный эффект». Прагматическое воздействие определенной информации находит свое отражение непосредственно в функциональной составляющей высказывания, которая, в свою очередь, представляет собой информацию прагматического элемента смысла. Следовательно, для оказания влияния на реципиента, отправитель передает ему информацию, используя речевые знаки. Это означает, что прагматика

высказывания заключается в возможности оказывать определенное воздействие на реципиента путем передачи ему определенных сведений с помощью определенных речевых знаков.

В данном исследовании мы рассматриваем прагматический аспект сленга в отдельных тематиках во французском языке, ранее рассмотренного нами в других исследованиях, которые в свою очередь позволили сделать вывод, что сленг является важным и частотным средством достижения прагматических целей. В настоящем исследовании мы задались целью сравнить частотность употребления, и, как следствие, эффективность воздействия сленга в комментариях к новостям разных тематик. Подобное исследование позволит нам экстраполировать его результаты на виртуальный дискурс французского языка и, возможно, на виртуальный дискурс структурно и ареально родственных языков.

Сегодня, несмотря на непрерывное изучение такого языкового явления как сленг, данному термину нет четкого определения в лингвистике, как и нет определения его характеристик и свойств, отличающих сленг от арго, жаргона, диалекта, социолекта и интержаргона.

В данном исследовании мы будем опираться на такое определение данного термина: *сленг* – это единственные в своем роде или заменяющие уже известные понятия слова и словосочетания, имеющие неформальный характер.

Сленг разделяется на две основные категории: *общий* и *специальный*. Под *общим сленгом* подразумевается общеизвестность и всеупотребительность; под *специальным* – сленг, использующийся в узких кругах.

Можно выделить следующие функции сленга:

1. Эмоционально-экспрессивная (выражение чувств и эмоцией посредством сленгизмов).
2. Коммуникативная (межличностное общение).
3. Оценочная (отражение определенных взглядов и отношения к той или иной ситуации посредством использования сленговых слов и выражений).
4. Эзотерическая (шифрование слов).

Автоматизация многих сфер жизнедеятельности послужила причиной появления сленга на просторах сети Интернет. Таким образом, на сегодняшний день, помимо живого общения, сленг активно распространен и в рамках виртуального дискурса (текста, погруженного в виртуальную реальность). В данном исследовании будет затронут сленг, рассмотренный в рамках интернет-дискурса, то есть интернет-сленг. Напомним, что интернет-дискурс – это обмен информацией и коммуницирование пользователей разного культурного уровня в глобальной сети Интернет, то есть лингвистическая составляющая интернет-общения и текстов, рождённых в интернете» [4].

Отталкиваясь именно от этой разновидности сленга в данной статье будет исследована прагматическая эффективность сленга в виртуальном дискурсе как отражение синергетических связей системы. Предметом данного исследования послужил сленг в комментариях к французским новостям разных тематических направленностей, а именно: спортивные, светские, а также политические новости.

Ресурсами, использованными для получения материалов исследования послужили французские новостные порталы: <https://www.lequipe.fr> (спорт), www.public.fr (светская жизнь), <https://www.20minutes.fr> (раздел: политика).

Аудитория порталов превышает 10000 пользователей, частотность комментариев зависит от актуальности новостей и вовлеченности пользователей (от 100 до 1000 комментариев).

Для данного исследования были взяты новости разных тематик для наиболее обширного анализа синтагматических связей. Таким образом, мы детально проанализировали словообразование, морфологию, лексику и коммуникацию в широком спектре тем для дискуссий внутри комментариев и смогли рассмотреть прагматический потенциал сленга с помощью индукционного метода.

Для анализа прагматической эффективности сленга необходимо определить коммуникативные интенции комментариев, где он использован. Для этого было проанализировано около 300 комментариев с использованием сленгизмов.

Таблица 1

Коммуникативные интенции в комментариях к французским новостям

Коммуникативная интенция	Комментарии
Критика	37%
Ирония	22%
Оскорбление	18%
Анализ	13%
Одобрение	10%

Исходя из таблицы, можно сделать вывод, что использование сленгизмов преобладает в комментариях, нацеленных на **критику (37%)**. Для выражения данной интенции используются в основном относительно нейтральные, универсальные сленгизмы: **bon sang** (*Mais bon sang mettez votre questionnement à lutter contre ce satané virus, il n'aurait aucune chance de prospérer !!! Et au moins se serait utile à quelque chose..... Comme l'a dit Philippe Néricault – XVIIIè : »La critique est aisée, mais l'art est difficile» Prenez en de la graine.* – «Но, чёрт возьми, приложили бы столько же усилий на опросник с целью побороть грёбанный вирус, было бы больше толку! Это было бы хоть в какой-то степени полезно.. как говорил Филипп Нерико-XVII в.: «Критиковать легко, делать трудно» – возьмите это за основу», **mdr** (*mdrrrr ces corps difformes cest de qch* – «Умора, эти перекроенные тела – это что-то!»), **bobards** (*La solidarité entre pays européens s'arrête ou commencent les intérêts particuliers de chaque pays, c'est dire... arrêtez les bobards!* – «Солидарность между европейскими странами останавливается там, где начинаются отдельные интересы каждой страны. Прекратите эту брехню!»), сленгизмы, имеющие негативный окрас, чаще встречаются в комментариях с интенцией **оскорбления (18%)**, которая чаще всего сопровождается сленгизмами, что обусловлено преобладанием именно нецензурной лексики в сленге: **les gueux** (*Mais laissez les frontières ouvertes, on veut continuer à faire du pognon, on s'en tape que les gueux crèvent!* – «Да оставьте границы открытыми, мы хотим продолжать зарабатывать деньги, и нам пофиг, что уроды сдохнут»), **degueu** (*Ses fausses courbes il faut préciser. Degue* – «А точнее искусственные формы. Уродство»).

Большое количество комментариев с использованием сленга используется для выражения сарказма и **иронии (22%)**. **pognon** (*On Veut des Réformes chaîne*

privée, audience=publicité= rognon! – «Мы хотим реформы для частных каналов, аудитория=реклама=бабки!», **Mdrrr** (*Mdrrr les pseudos analysts dans les commentaries* – «ухохочешься, псевдоаналитики в комментариях»).

Реже сленг используется при **анализе (13%)** той или иной информации в статье, так как в отличие от вышеизложенных интенций, здесь значительно меньше фигурирует эмоциональный окрас, которым, как правило, обусловлено частое использование сленговых слов и выражений: **farfelu** (...p.s pretendre etre meilleurs qu une équipe en place sous le seul pretexte politique qui doit faire voter les gens pour une étiquette c est farfelu – «П.С стараться выглядеть лучше, чем просто издательство (зд.) играющее под политическую дутку и призывающее нас голосовать за фантик. Это тупо»), **kiffer** (*Ça se voit qu'elle se kiff comme ça avec ses opérations, arrêtez de dire des bêtises* – «видно, что она «кайфует» от этих операций, прекратите нести чушь»).

Меньше всего сленгизмов встречается в комментариях, нацеленных на одобрение или похвалу (**всего 10%**): **flasher sur** (*qui ne flasherai pas sur elle et je suis une femme* – «даже я бы в неё вторилась, хотя я – женщина»).

Таким образом, сленгизмы активно используются для передачи определенной эмоции и удовлетворяют коммуникативную интенцию коммуникатора.

Среди сленгизмов часто встречаются заимствования из других языков, преобладающее количество сленгизмов заимствовано из английского: **le shoot** (*le shoot de vodka est inefficace contre la Corona* – «рюмки водки недостаточно для борьбы с коронавирусом»), **foot** (*cette année. on est tellement plus proche du "vrai" foot. Testez!* – в этом году), **superman** (*coman n'est pas superman* – «Коман не супермен»), **zapper** (*Heureusement que nous pourrions zapper* – «Хорошо, что мы сможем забыть»), **star** (*La jeune femme se permet le luxe de dépasser les plus grandes stars dont Kim Kardashian.* – «Девушки, как они могут себе позволить роскошь затмить даже таких звезд как Ким Кардашьян»). Также присутствуют сленгизмы, заимствованные из испанского: **Capito** (*Capito. Merci* – «Понял. Спасибо.»).

Верланизация на сегодняшний день продолжает быть одним из самых распространенных явлений в сленге: **cimer=merci, zarbi=bizzare; teubé=bête; tête=jête, ouf-fou.**

Необходимо также отметить обилие междометий, встречающееся в подавляющем большинстве комментариев: **wow. ah. yeah. ouaich. oh, rrr, hahaha.**

Для полноценной характеристики сленга как языкового явления необходимо рассмотреть механизмы словообразования, использующиеся в сленге. Среди них можно выделить:

1. Редупликация: **boîte à gogo, nonono. Roro**
2. Аббревиация: **lol, mdrr (mort de rire), Vel d'Hiv (Vélodrome d'hiver), talc (topic a la con), TDr (très drôle), DR1 (de rien)**
3. Суффиксация: **RNeux, RNeuse, RNistes**
4. Сокращения: **tjs (toujours), comme d'hab, didon (dis donc), ril (rien), y'a (il y a), t1qt (t'inquiète)**
5. Словообразование: **putaclics (pute+clique)**

Таким образом для донесения определенной информации до реципиента используются различные механизмы сленгообразования.

В заключении следует сказать, что в настоящее время такое языковое явление как сленг имеет огромный простор для изучения, так как сленг отличается определенным непостоянством, сменяются поколения и мода, вместе с ними устаревают и появляются новые сленговые слова и выражения и, как следствие, материал для изучения данной темы неиссякаем. Данным исследованием именно прагматического аспекта сленга как элемента виртуального дискурса мы вносим определенный вклад в современную науку языкознания, а также в какой-то степени можем способствовать исследованиям виртуального дискурса структурно и ареально родственных языков.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Абдуллина Л.Р.* Национальная специфика комментария к политической новости в виртуальном франкоязычном дискурсе / Л.Р. Абдуллина, А.В. Агеева // Вестник Воронежского Государственного Университета. Серия: филология, журналистика. – Воронеж: ВГУ, 2014. – № 2. – С. 89–93.
2. *Ахренова Н.А.* Теоретические основы интернет-лингвистики / Н.А. Ахренова // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2013. – № 10 (28). – С. 22–26.
3. Общее языкознание. Формы существования, функции, история языка. – М.: Наука 1970. – С. 314–370.
4. Municipales 2020 à Paris : Il y aura bien un débat télévisé du premier tour, sur LCI. URL: <https://www.20minutes.fr/arts-stars/television/2723911-20200221-municipales-2020-paris-bi-en-debat-televisé-premier-tour-lci-20-minutes> (дата обращения: 13.03.2020).
5. Coronavirus : Après une rencontre avec un médecin infecté, les analyses de Poutine sont «normales». URL: https://www.20minutes.fr/monde/2751955-20200331-coronavirus-apres-rencontre-medecin-infecte-analyses-vladimir-poutine-normales?utm_source=outbrain&utm_medium=widget&utm_campaign=obclick&obref=obinsource (дата обращения: 20.03.2020).
6. Coronavirus : Les cotes d'Emmanuel Macron et Philippe en forte hausse. URL: <https://www.20minutes.fr/politique/2752063-20200331-coronavirus-cotes-emmanuel-macron-philippe-forte-hausse> (дата обращения: 23.03.2020)
7. Coronavirus: Marine Le Pen accuse le gouvernement de mentir sur «absolument tout». URL: https://www.20minutes.fr/politique/2751175-20200330-coronavirus-marine-pen-accuse-gouvernement-mentir-absolument-tout?utm_source=outbrain&utm_medium=widget&utm_campaign=obclick&obref=obinsource (дата обращения: 30.03.2020).
8. Indian Wells : Adrian Mannarino au deuxième tour après sa victoire contre Tennys Sandgren. URL: <https://www.lequipe.fr/Tennis/Actualites/Indian-wells-adrian-mannarino-au-deuxieme-tour-apres-sa-victoire-contre-tennis-sandgren/996625> (дата обращения: 29.12.2019).
9. Composition de l'OM : Morgan Sanson plutôt que Luiz Gustavo contre Amiens. URL: <https://www.lequipe.fr/Football/Actualites/Composition-de-l-om-morgan-sanson-plotot-que-luiz-gustavo-contre-amiens/989582> (дата обращения: 06.11.2019).
10. Kourtney Kardashian immortalise un moment intime avec Younes Bendjima. URL: <https://www.public.fr/News/Kourtney-Kardashian-immortalise-un-moment-intime-avec-Younes-Bendjima-1465557> (дата обращения: 06.02.2020).

ЯЗЫКОВЫЕ ОСОБЕННОСТИ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ РЭП-БАТТЛОВ

Мубаракшина К.Б.
Шигапова Ф.Ф.

Статья посвящена изучению особенностей англоязычного дискурса рэп-баттлов, в частности делается упор на анализ лингвистических особенностей данного дискурса. В статье также рассмотрены основные концепты, характерные для данного дискурса, а также примеры вербализации данных концептов.

Ключевые слова: дискурс, концепт, лингвистические особенности, вербализация.

The article is devoted to the study of the features of the English rap battles discourse, in particular, the emphasis is placed on the analysis of the linguistic features of the discourse. The article also discusses the main concepts of this discourse, as well as the examples of verbalization of these concepts.

Keywords: discourse, concept, linguistic features, verbalization.

Любой дискурс обладает уникальным набором особенностей, определяющим его к конкретной социальной группе. Определение этих особенностей – первый этап в изучении данного дискурса.

Для дискурса рэп-баттлов выделяют, в среднем, 4 отличительных особенности, представленных ниже [4]:

- Широкое использование социолекта *эбоникс*;
- Частое употребление сленгизмов, аргю;
- Синтаксический эллипсис предложений;
- Отсутствие логики повествования.

Подробнее разберем каждую из предложенных особенностей дискурса.

Эбоникс.

Афроамериканский английский, *эбоникс*, считается креольским языком, т.е. языком, образованный на стыке двух этнических групп с разными языками, ставший родным языком для нескольких поколений носителей [2].

Нельзя недооценивать влияние диалекта *эбоникс* на американский вариант английского языка. Благодаря афроамериканскому социолекту, словарь английского языка пополнился на целый ряд терминов, для которых, на момент их появления в англоговорящей среде, не было эквивалента на родном языке. Таким образом, в языке появился ряд новых терминов, связанных с музыкальным творчеством: **boogie, blues, jive, funky, hip-hop, punk, rap**; термины, связанные со сферой наркоторговли: **gungeon, pluck, gunny, wana** и так далее.

В рэп-дискурсе часто встречающиеся элементы афроамериканского просторечия представляют собой не что иное, как дань культуре, ставшей родоначальником для рэп-баттлов и рэпа в целом.

Также стоит отметить, что *эбоникс* сейчас встречается не только в текстах американских исполнителей. Так, например японская группа “Rip Slyme” в своих песнях часто использует имитацию афроамериканского диалекта: (*Yo Bringin that, Yo Bring your style*) [5].

Сленгизмы и аргю. Аргю – это язык определенной закрытой социальной группы, появившийся в условиях необходимости зашифровать свои сообщения от посторонних лиц. Наиболее часто язык аргю встречается в преступном мире, в частности – в различных группировках и в тюремной лексике.

Сленгизмы – это отдельная единица сленга, т.е. слова со сленговым значением [1]. Сленгизмы в сфере рэп-дискурса – довольно частое явление, т.к. данный дискурс, как и любой другой, обладает собственным набором наиболее употребляемых лексических единиц.

Так как рэп противопоставляет себя массовой культуре, то в нем часто могут встречаться оппозиционные мотивы, которые не принято озвучивать прямым текстом. Рэперы редко прибегают к цензуре, однако при необходимости закодировать некоторые «запретные» темы, авторы текстов предпочитают использовать сленгизмы или аргю, что придает уникальность данной сфере (*Jumped the border with half a quarter of molly stashed in my trolley*) (Molly – полусинтетический наркотик амфетаминового ряда) [3].

Синтаксический эллипсис. Синтаксический эллипсис – это явление в лингвистике, в котором некоторые части предложения, чаще всего глагольные конструкции, могут быть опущены. Причины таких пропусков могут быть разные: убрать повторяющиеся конструкции, придать тексту большую эмоциональность, придать автору узнаваемость, создать комфортные условия для построения рифмы и так далее.

Данное явление чаще всего реализуется в художественной литературе, где допустимы свободные, «авторские», грамматические конструкции.

В дискурсе рэп-баттлов эллипсис используется для построения предложений с акцентом на «низкую», свободную культуру самовыражения, а также для более комфортных условий построения рифм, так как эллипсис позволяет делать реплики более емкими. (*You lose, (are you) confused? Who here can only rap about child abuse?*) [3].

Отсутствие логичного построения текста. Тексты рэп-баттлов редко носят повествовательный характер, поэтому в текстах баттлов практически полностью отсутствует общая связность текста. Основной упор авторов идет на увеличение количества и улучшение качества оскорблений оппонента, когда общая связь предложений внутри текста не обязательна.

Представленные лингвистические особенности распространяются не только на среду рэп-баттлов. Некоторые особенности рэп-баттлов распространяются на всю рэп-среду. Популярность баттлов повлияла на повсеместное распространение рэп-дискурса.

Для более детального анализа любого дискурса стоит обратить внимание на ряд концептов, используемых в данном дискурсе и способы их вербализации. Для любого дискурса характерен уникальный набор концептов, получаемый путем исследования данного дискурса.

Более подробный лингвистический анализ текстов рэп-баттлов дает уникальный набор концепций, наиболее характерный для дискурса рэп-баттлов. Данный список концептов также применим и ко всей рэп-культуре. Ниже представлены самые распространенные концепты, упоминаемые в дискурсе рэп-

баттлов (Таблица 1). В таблице описаны 6 основных концептов дискурса и их вербализация внутри рассматриваемого дискурса.

Таблица 1

Основные концепты, распространенные в дискурсе рэп-баттлов

Избранность	Originality, African American, monkey, exceptionalism, superiority, elite, black
Преступность	Criminality, bravado, criminal, drug dealer, drug, murder, authority, villain, penitentiary facility, rudeness, gangster, weapon, outrage, car
Дружба	Membership, friendship, fellowship, love, fondness
Мобильность	Traffic, mobility, transformation
Религиозность	Religion, spirituality, the Salvation, the Resurrection, Transfiguration, the Savior, God, patience
Маскулинность	Power, patriarchy, men

Подробнее рассмотрим каждый из приведенных концептов, а также его особенности в дискурсе рэп-баттлов.

Концепт «Избранность». Употребляемость концепта «Избранность» обусловлена долгой и тяжелой историей афроамериканского населения. В текстах рэп-исполнителей это чаще всего отсылка к тому, что они (афроамериканские видные деятели) прошли долгий путь от ненависти, получаемой от белого населения, до становления равноправной частью общества.

В качестве примера возьмем несколько строчек из баттла между рэперами SHOTTY HORROH и ARSONAL [7]:

– *Wait, you white, you ain't even a nigga yet! You a punk-ass white boy who gets tough over the Internet Facin' an ignant-ass black nigga full of hatred and disrespect.*

В этих строчках исполнитель Arsonal выражает пренебрежительное отношение к т.н. «белым» рэперам, представителем которых является Shotty Horroh.

Большая часть баттл-рэперов состоит из представителей афроамериканского населения, которые в том числе считаются родоначальниками жанра баттлов. По этой же причине среди представителей англоязычного сообщества баттл-рэперов важно происхождение исполнителя. В вышеизложенных строчках легко читается пренебрежительное отношение исполнителя Arsonal к Shotty Horroh, обусловленное, в первую очередь, его происхождением.

Концепт «Преступность». Так как тематика текстов рэп-баттлов представлена, в основном, сферой криминального мира и наркоторговлей, такая лексика употребима в сфере.

Такое частое употребление лексики данной тематики связано с социальными условиями, в которых обитали в свое время представители афроамериканского населения.

Возьмем пример из другого баттла: T-Rex vs. G Souldier [9]

– *Mook wants 25K to kill a nigga that's ill For 25K, I'll kill a nigga for real!*

В тексте исполнитель T-Rex использует слово “kill” для демонстрации собственной силы и уличной репутации, с целью показать свою способность убить человека в реальной жизни. Также в контексте самого баттла становится ясно,

что исполнителю заплатили за данный баттл 25 тысяч долларов, чтобы лирически «убить» своего оппонента.

Концепт «Дружба». Данный концепт реализуется не столько дружественными связями исполнителей, сколько их приверженностью к каким-либо группировкам или бандам. Внутри рэп-сообщества многие исполнители относятся к определенным группировкам, промышленным различными видами нелегальной деятельности.

Выдержка из текста баттла между Rum Nitty и Nu Jerzey Twork [8]:

– *You don't know where that could lead (Khalid) to
I bang nigga, Piru Blood gang member
Thing lift up.*

Здесь рэпер Nu Jerzey Twork дает оппоненту понять, что связываться с ним опасно, так как он относится к банде Piru Blood, известной не только своей численностью, но и враждебностью по отношению к другим бандам.

Концепт «Религиозность». Среди рэп-сообщества встречается множество представителей различных конфессий. Как уже упоминалось ранее, большую часть рэперов составляют люди с афроамериканским происхождением, которые отличаются своим особым, уважительным отношением к религии.

В качестве примера рассмотрим баттл между исполнителями 3PFD и Heir Jordan [9]:

– *So, Isaac, I'm a better Christian than you!
When I do my God's two-step, I'm a better Holy Ghost dancer than you*

В контексте всего выступления рэперов становится ясно, что 3PFD является представителем христианской конфессии и активно пропагандирует ее в своих работах.

Концепт «Маскулинность». Все чаще в современной популярной культуре встречаются произведения с уклоном в гендерное равноправие, поэтому исполнители все чаще выступают за равноценные права для всех полов. Однако не во всех сферах современной культуры такую тенденцию можно назвать быстрорастущей.

В сфере рэп-баттлов редко встречаются представители женского пола. Это стало одной из причин, почему в этой сфере часто встречаются грубые тексты пренебрежительного характера по отношению к женщинам, особенно, если баттл проводится между мужчиной и женщиной.

Тенденция использовать в своих текстах слова с маскулинными значениями говорит о существующей до сих пор, иногда утрированной патриархальности в рэп-сообществе.

Возьмем в качестве примера несколько строчек из баттла между рэперами SUPA HOT FIRE и WHITE RAPPER [8]:

– *Yo, but I'm the man
All the cards are in my hand!*

Здесь White Rapper делает акцент на своей гендерной принадлежности и предоставляемые ей привилегии. Очевидно, что исполнитель гордится своей половой принадлежностью. Подобная модель поведения – частое явление в рэп-среде.

Рассмотренные концепты говорят об основных темах, поднимаемых в текстах рэп-баттлов. Таким образом, основываясь на вышеизложенных концептах можно дать краткую характеристику всему рэп-сообществу. Самые поднимаемые

темы этого дискурса – это происхождение, дружба, мужское превосходство, преступная деятельность и религия.

ЛИТЕРАТУРА

1. Орлова Н.О. Сленг vs жаргон: проблема дефиниции / Н.О. Орлова – Ярославль: Ярославский педагогический вестник, 2004. – 40 с.
2. Edwards Paul. How to Rap: The Art & Science of the Hip-Hop MC / Paul Edwards – Chicago: Chicago Review Press, 2009. – 340 с.
3. Jams and Skorg vs. Nimpeo and Dyaz Rap Battle Lyrics. – URL: <https://genius.com/Jams-and-skorg-vs-nimpeo-and-dyaz-rap-battle-lyrics> (дата обращения: 20.02.2020).
4. McArthur R. Concise Oxford Companion to the English Language / Roshan McArthur. – Oxford University Press, 2005. – 692 p.
5. Rip Slyme–Bring Your Style Lyrics.–URL: <https://www.musixmatch.com/lyrics/RIP-SLYME/Case-4-Bring-Your-Style-%E5%A4%9C%E3%81%AE%E6%A3%AE> (дата обращения: 20.02.2020).
6. Rum Nitty vs. Nu Jerzey Twork Rap Battle. – URL: <https://www.youtube.com/watch?v=N4dyOzjjYYk> (дата обращения: 20.02.2020).
7. SHOTTY HORRON vs. ARSONAL Rap Battle. – URL: <https://www.youtube.com/watch?v=eFQcyAHCT9s> (дата обращения: 20.02.2020).
8. SUPA HOT FIRE vs. WHITE RAPPER Rap Battle. – URL: <https://www.youtube.com/watch?v=twLxOfV183E> (дата обращения: 20.02.2020).
9. T-Rex vs. G Souldier Rap Battle. – URL: <https://www.youtube.com/watch?v=v5aZDLJGW-Y&t=16s> (дата обращения: 20.02.2020).
10. 3PFD vs. Heir Jordan Rap Battle. – URL: https://www.youtube.com/watch?v=JWetQRcc_uM (дата обращения: 20.02.2020).

ЛИНГВОСТИЛИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ТЕКСТОВ ПЕСЕН ГРУППЫ NSYNC

Паседько А.А.

Закирова Л.Р.

Статья посвящена анализу языкового стиля и средств выразительности, используемых авторами зарубежных песен 2000х годов, так как песни используются для выражения чувств, мыслей и эмоций, общения и установления определенной связи между людьми через текст.

Ключевые слова: лингвостилистический анализ, зарубежные песни, языковой стиль, средства выражения, стилистика.

The article is devoted to the analysis of the language style and expressive means used by the authors of foreign songs of the 2000s. It emphasizes that songs are used to express feelings, thoughts and emotions, they communicate and establish certain connection between people through the text.

Key words: linguistic-stylistic analysis, foreign songs, language style, means of expression, stylistics.

Овладение иноязычной речью как средством общения невозможно без знаний социокультурных особенностей страны изучаемого языка. Современная молодежь имеет свою песенную культуру, в которой отражаются как современное состояние общества, так и ее тревоги, видение мира, ее ценности на новом этапе цивилизации, так и национальные традиции в области музыки. Немаловажным условием является изучение песен разных эпох и разного жанра. При этом можно провести анализ как текста, так и социокогнитивного содержания [2, с. 455].

Стилистика направлена на объяснение связи между языком и художественной функцией. С точки зрения лингвиста Дж. Лича, главным вопросом является «Почему автор в данном тексте выбирает именно данную форму выражения?» [3].

К основным инструментам написания текста относятся различные случаи сочетания рифм и других паттернов звука (таких, как аллитерация и ассонанс) на уровне фонологии, а также выбор времени, транзитивности на уровне грамматики и выбор подходящих слов и их сочетаний. Все эти стилистические особенности взаимодействуют между собой для того, чтобы передать основную тему и смысл песни [4].

Целью нашего исследования является изучение языкового стиля, средств выразительности для передачи эмоций и чувств в тексте зарубежных песен 2000 г. на основе песни NSYNC “Bye Bye Bye”. На протяжении многих лет музыкальные стили отражали общество того времени и развивались вместе с изменениями в мире. *Языковой стиль* – это способ письма, то, как и что говорит писатель, и способ его выражения. Стиль раскрывает личность, он также показывает, на какую аудиторию рассчитан определенный текст.

Музыка 2000 г. демонстрировала различные жанры, она отражала большую часть поп-музыки 1990 г., многие из этих артистов и групп оставались популярными. В течение десятилетия, наполненного большими страданиями в связи с атаками 11 сентября, двумя войнами на Ближнем Востоке и экономическим спадом, многие музыкальные произведения должны были найти точный баланс между оживленностью и оптимистичностью, в то же время отражая боль, которую испытывали многие. Некоторые из наиболее популярных жанров десятилетия включают Dance-Pop, Indie Rock и Emo.

NSYNC – это американская группа, основанная в 1995 г. в Орландо, штат Флорида. Песню “Bye Bye Bye” написал шведский автор песен и продюсер А. Карлссон. Он являлся соавтором “It’s Gonna Be Me”, а также “That’s The Way It Is” (Селин Дион), и “I Want It That Way” (Backstreet Boys).

Это песня о парне, который потерял терпение в отношениях и наконец-то решил все оставить в прошлом и уйти. «Не хочу быть дураком для тебя», – говорит он девушке, указывая ей на дверь.

Это был первый сингл со второго альбома NSYNC “No Strings Attached”. Он установил рекорд, продав 2,4 миллиона копий за первую неделю после выхода в январе 2000 г. Сингл вошел в топ-5 Hot 100 и продержался 5 недель на вершине Hot 100 Airplay Chart. “Bye Bye Bye” считается одной из самых известных песен группы. Это был их первый альбом, выпущенный на Jive Records. Заявив, что их

менеджер Л. Перлман забирает почти всю их прибыль, группа подала в суд на то, чтобы оставить его и лейбл RCA, и подписала контракт с Jive. Это привело к предположению, что песня была об их разрыве с Л.Перлманом, хотя нет никаких доказательств, подтверждающих это: песня о парне, который хочет расстаться с любимой девушкой, и его чувствах по поводу их отношений.

Песня состоит из вступления, двух куплетов, пред-припева, припева, интерлюдии и бриджа. Припев повторяется 3 раза, пред-припев – 2 раза. Строфы в куплетах состоят из 6 строк, в припеве – из 8.

Песня “*Vue Vue Vue*” богата на рифмы. В большинстве куплетов использована смежная рифма, которую схематично можно представить в виде AABB, но также можно заметить перекрестную рифму в пред-припеве со схемой ABAB. Рассмотрим другие присутствующие рифмы на основе первого куплета:

I'm doing this **tonight**
You're probably gonna start a **fight**
I know this can't be **right**, hey baby *come on*
I loved you **endlessly**
And you weren't **there for me**
So now it's time to leave and *make it alone* [6].

Рифму в этом куплете можно представить, как AAABB. В первых трех строчках слова **tonight**, **fight**, **right** являются примером точной рифмы, когда слова звучат практически одинаково за исключением нескольких букв. Составная рифма, состоящая из нескольких слов, в этом отрывке представлена **endlessly/ there for me**. В своей песне NSYNC оперируют в основном самой распространенной конечной рифмой, когда рифмуются последние слова в строке.

Также в песне присутствует ассонанс, повторение определенных гласных звуков, таких как [i], [o], [ɔ:], используемый для придания большей фонетической выразительности тексту.

I know that I can't take no more, it ain't no lie
I wanna see you out that door
[aɪ nəʊ ðæt aɪ kɑːnt teɪk nəʊ mɔː, ɪt aɪnt nəʊ laɪ
aɪ ˈwɒnə siː juː aʊt ðæt dɔː]

Для усиления эмоционального эффекта и более глубокого воздействия на слушателя в песнях часто прибегают к звукам-повторам, задавая определенный тон произведению.

Что касается лексических особенностей, то в песне присутствует метонимия *Hit me with the truth, I wanna see you out that door*. Как правило, метонимия используется в развитии литературной символики, то есть она дает более глубокий смысл общепринятым идеям и объектам. Тексты приобретают скрытые значения, привлекая внимание читателей. Кроме того, использование метонимии помогает добиться краткости.

Don't wanna be a fool for you
Just another player in your game for two [6].

В этих строчках заключается двойное значение. С одной стороны, мы видим, что в них говорится о девушке, которая играла с эмоциями своего парня, подобно тому, как хозяин марионеток тянет их за ниточки. Также существует предполо-

жение, что в эти строки намекают на бывшего менеджера NSYNC Л.Пирлмана, которому предъявили иск несколько групп.

Повтор – это литературное средство повторения одних и тех же слов или фраз несколько раз, чтобы сделать идею более ясной и запоминающейся. Существует несколько типов повторения, обычно используемых как в прозе, так и в поэзии. В песне делается акцент на то, то хочет подчеркнуть автор и также используется для созвучности, например, NSYNC часто повторяют слово *bye*, так как песня о расставании.

Междометие – это слово или выражение, которое само по себе является высказыванием и выражает спонтанное чувство или реакцию. В песне их не так много, но часто можно встретить *hey*.

Для придания большей эмоциональности и акцентирования внимания авторы используют гиперболу, ее можно встретить практически во всех песнях, особенно в композициях, повествующих о неразделенной любви и расставаниях, как и в случае с “*Bye Bye Bye*”. Гипербола **loved you endlessly** и **live for you and me** подчеркивает то, как сильна любовь парня к девушке, но дальше он использует **don't want to be the loser, fool for you, can't take no more**, из чего слушатель может прочувствовать, как ему тяжело справиться со своими чувствами к ней, но больше терпеть он не может.

Также в песне используются метафоры **I'm checkin' out** и **I'm signin' off**, которые в этом случае означают расставание, не их прямое значение. Обычно **to check out** означает проверять, выписывать, извлекать, а **to sign off** – подписать, замолчать, перестать разговаривать. *Метафора* – это фигура речи, которая делает неявное, подразумеваемое или скрытое сравнение между двумя вещами, которые не связаны, но которые имеют некоторые общие характеристики. Они часто применяются не только в текстах песен, но и в стихотворениях и художественных текстах [1].

В англоязычных песнях можно часто заметить использование **wanna** и **gonna** вместо привычных конструкций **want to** и **going to**. Делается это для большей мелодичности, улучшения рифмы и облегчения ее поиска. Большинство предложений достаточно простые и не перегруженные лишней информацией и слишком детальным описанием. Можно встретить сложноподчиненные предложения.

В заключении хотелось бы подчеркнуть, что лингвостилистический анализ имеет важную роль для развития лингвистических исследований, касающихся языка определенного периода времени, определенной культуры и различных субкультур. Исследуя тенденции в выборе языка, можно понять то, что было актуально в то время, какие проблемы преобладали и чем интересовались люди. Следует также отметить, что наш опыт работы над английскими песнями показал, что они, как аутентичный материал, являются богатейшим источником, который несет философское, психологическое содержание и поэтику любви, наполнен эмоционально окрашенными и актуальными темами, художественными образами и риторическими оборотами. Таким образом, музыка в целом способна стать не только хорошим способом изучения языка, но и средством для развития личности, помогает узнать о национальных нравах, культуре страны изучаемого языка [2, с. 456].

ЛИТЕРАТУРА

1. *Бабенко Л.Г.* Лингвистический анализ художественного текста / Л.Г. Бабенко. – М.: Флинта, 2003. – С. 489–493.
2. *Закирова Л.Р.* Песенный жанр как средство мотивации в контексте межкультурной коммуникации / Л.Р. Закирова // Теория и практика подготовки учителя иностранного языка: опыт, проблемы, перспективы: материалы Всероссийской научно-практической конференции, посвященной 70-летию факультета иностранных языков татарского государственного гуманитарно-педагогического университета). – Казань: Изд-во МОиНРТ, 2010. – 608 с. – С. 452–456.
3. *Шевченко Н.В.* Основы лингвистики текста / Н.В. Шевченко. – М.: «Приор-издат.», 2003. – С. 158–160.
4. Рифмы в стихотворениях. – URL: <http://medsanchast-26.ru/kakie-byvayut-rifmy-v-stixotvoreniiyah.html/> (дата обращения: 26.03.2020).
5. *Leech G.* Style in Fiction / G. Leech, M. Short. – Harlow: Pearson Education, 2007. – 397 p.
6. NSYNC Bye Bye Bye lyrics. – URL: <https://genius.com/Nsync-bye-bye-bye-lyrics/> (дата обращения: 27.03.2020).

ГОМЕОТЕЛЕВТ КАК ОСОБЕННОСТЬ ПОЭЗИИ ПОЛЯ ЭЛЮАРА

Сагдеева М.Р.

Статья посвящена явлению гомеотелевта, его фигурированию в произведениях выдающегося французского поэта Поля Элюара и роли в индивидуализации стиля автора. В статье представлены функции, которые относятся к данному феномену и примеры, раскрывающие их.

Ключевые слова: гомеотелевт, повтор, рифма, лингвостилистика, перечисление, синтаксическая фигура, лингвостилистическая особенность.

This article is concerned with homeoteleuton and its appearance in the works of a great French poet Paul Éluard. The role of homeoteleuton in the individualization of the author's style is emphasized. The article presents the functions that relate to this phenomenon and the examples that reveal them.

Key words: homeoteleuton, reiteration, rhyme, linguostylistics, recitation, syntactic figure, linguostylistic specificity.

В последние годы возродился интерес ученых к такому стилистическому приему, как *гомеотелевт*, под которым понимается морфемный повтор, при присутствии которого относительно небольшой отрезок текста наполнен значительным числом слов с идентичными окончаниями и/или суффиксами, и который реализуется в цепочке однородных членов. Термин относится к понятию гомеологии, т.е. поэтической фигуры, которая основывается на использовании аналогичных морфем. Гомеотелевт (фр. – homéotéleute) начал фигурировать в лингвистике как термин, начиная с XIX в., а будучи явлением, известен еще с античности [6, с. 90]. Данная стилистическая фигура являет собой взаимосвязь и синтез составных ча-

стей трех уровней языка: *морфологического*, означающего повторение морфем и значимых частей слов, *синтаксического*, который заключается в однородности компонентов и *фонологического*, где сочетания звуков повторяются.

Специфическим своеобразием гомеотелевта и отличительной особенностью от рифмы можно считать то, что вышеприведенное явление характеризуется произвольно длинным чередованием сопрягаемых созвучий. Схожесть звуков может быть очень маленькой, сочетаются именно значения слов по схожести или же, напротив, по противоположности, например: «пропавший» и «умерший», «на украшение» и «на восхваление», «спаситель» и «проклинатель», «спором» и «миром» [2].

Другой особенностью гомеотелевта, которая отличает ее от рифмы, можно назвать то, что это не просто обычная пара слов, часто бессвязная и не имеющая особого отношения друг к другу, а это слова, которые семантически связаны и являются синонимами или же их противоположностями – антонимами.

Целью настоящего исследования является изучение гомеотелевта как признака уникальности поэзии одного из выдающихся французских поэтов XX в., Поля Элюара, раскрытие своеобразия данной фигуры речи с риторической и стилистической точки зрения, а также определение ее значимости в индивидуализации и создании неповторимого стиля автора. Материалом исследования являются произведения Поля Элюара.

Вслед за Н.В. Толстоус необходимо заметить, что такая фигура речи как гомеотелевт умеет чрезвычайном образом воздействовать на создание и оформление индивидуального почерка автора, преобразовать общий вид его произведения [7]. Исследование феномена гомеотелевта в творчестве Поля Элюара дает нам почву для размышлений о том, что литератор довольно грамотно и с точностью ювелира управляет и вводит в свое творчество внушительный лингвостилистический потенциал заданной синтаксической фигуры, на которую довольно затруднительно наткнуться в произведениях других авторов, даже тех, кто жил и работал над своими трудами в одно время с вышеупомянутым поэтом.

Затем необходимо обратить внимание на то, что гомеотелевт по своим признакам перекликается с немалым списком таких фигур, как аллитерация – повтор согласных звуков, асидентон – бессоюзие, ассонанс – повторение гласных звуков, градация – нагнетание синонимов, рифма – созвучие, синтаксический параллелизм – одинаковое или сходное строение смежных предложение или отрезков речи. Однако благодаря повтору формантов и однородности компонентов, это лингвостилистическое явление становится уникальным в своем роде.

Гомеотелевт очень удачно вписывается в художественную атмосферу, созданную поэтом, мастером замысловатых, отвлеченных и, зачастую, субъективных образов, фантазия которого абсолютно не связана с какими-то ни было стандартами обычной, классической литературы. П. Элюар полагал, что возникающий поэтический образ является самостоятельным [4, с. 3]. Употребление автором гомеотелевта выражает его стремление раздвинуть границы и нагромождать ассоциативное поле образа собственных произведений, которое однозначно станет пищей для философских размышлений. Стоит отметить отражение действительности в замысле работ писателя, которое было сформировано иными стилистическими приемами. Оригинальная особенность нетрадиционного почерка

П. Элюара представляет собой частоту сочетаний рассматриваемого вида повтора с тропами (85,1% от всего корпуса гетерогенных конвергенций автора). В качестве иллюстрации вышесказанному приведем отрывок стихотворения П. Элюара «Ce que dit l'homme de peine»:

*“Avec des larmes bien trempées
Ce rêve déchiré désemparé tordu ridicule... »*

Теоретическая гармоничность приемов словесной образности фрагмента дополняется синтагматической упорядоченностью изучаемого нами типа повторения. Консолидация тропов создает комбинированный механизм, в котором все элементы системы уравнивают прямое и переносное значение слово, придавая им идентичный смысл, и вместе с тем они же сочетаются и согласовываются между собой посредством воздействия гомеотелевта, целенаправленно обуславливая рождение настоящего, объемно-выпуклого, живого образа главного действующего лица, построенного на взаимопересечении областей значений слов.

Понятие «гомеотелевт» обладает несколькими характерными функциями, которые задают параметры данной фигуры, и описывают его особенности, и которые будут рассмотрены нами в данной статье.

Гомеотелевт является многофункциональным явлением наряду с другими разновидностями повтора, стилистические функции которого можно разделить на три группы:

1. Группа функций общего порядка, что отождествляет и приравнивает гомеотелевт к форме повтора в общем плане: акцентирование, побуждение к действию, выразительность, взаимосвязь главных понятий, усугубление и усиление накала эмоций и интонационно-ритмическая функция. Приведем пример:

*“J’ai peint des terres désolées
et les hommes sont fatigués
de la joie toujours éloignée.
J’ai peint des terres désolées
où les hommes ont leurs palais...”*

Здесь мы можем увидеть, что благодаря фигурированию данного стилистического приема автор делает выразительные акценты на словах, но при этом он не теряет слаженность и логику всего контекста, все не обращается в сумбур ради искусства.

2. Группа функций общехудожественной направленности, куда входит усиление темперамента и общего настроения отрывка, вкладывание в него особой динамики, образование структуры стихотворения, его действия [6, с. 94], построение цели и намерения благодаря игре слов, а также возможно создание гротескного впечатления.

*“Je respirais me colorais marchais parlais
Et me reproduisais...”*

Этот отрывок наполнен большим количеством гомеотелевта, однако от этого фрагмент не становится слишком тяжелым и перегруженным, наоборот, поэт, благодаря использованию данного приема, дает читателю понять, что здесь происходит накал страстей, его повествование достигает некоего апогея.

3. Функцией, которую можно назвать индивидуально принадлежащей гомеотелевту, является подчеркивание перечисления. Учитывая связь между гоме-

отелевтом и контекстом, целесообразно предварительно отметить, что, как полиморфные приемы в стилистике, гомеотелевт осуществляет и реализует свои функции в полной мере исключительно в диапазоне лингвистического контекста в пределах одного словосочетания или предложения. Однако нельзя не добавить, что исследуемая нами лингвостилистическая особенность способна к выполнению своих задач и в макроконтексте, но следует помнить, что для этого он должен быть тождественным макроконтексту или, по крайней мере, являться приблизительно равным к нему по величине [6, с. 94].

“Les astres te devinent, les nuages t’imaginent...”

В приведенном выше примере из стихотворения “Celle de toujours, toute” гомеотелевт помогает создать эмоцию «неопределенности», то есть мы можем увидеть, как автор кидается из стороны в сторону, он обращается сначала к одним действиям, потом переходит сразу же на другие, что придает этим строкам и произведению в целом особый шарм.

Подводя итог, хотелось бы отметить, что благодаря анализу произведений П. Элюара, нам удалось выявить функции, присущие гомеотелевту как виду семантического повтора, а также прийти к пониманию сути и роли в преобладании творчества представленного поэта и выяснить, что общепринятое количество такой фигуры речи, как гомеотелевт, в структуре французской литературы незначительно и встречается достаточно редко. Однако, даже не являясь доминирующей чертой идиостиля П. Элюара, проигрывая по частоте возникновения в его творчестве значительному количеству типов повторения, тропам, гомеотелевт, несмотря на это, проявляет собой яркое, выделяющееся среди всех выразительное средство, способное фигурировать в становлении и оформлении уникального и неповторимого почерка автора.

ЛИТЕРАТУРА

1. Балли Ш. Французская стилистика / Ш. Балли. – М.: Изд-во иностр. лит., 1961. – 393 с.
2. Бонч-Осмоловская Т.Б. Курс лекций по комбинаторной литературе / Т.Б. Бонч-Осмоловская. – МФТИ, 2005. – URL: http://www.ashtray.ru/main/texts/bonch_course/19a.htm (дата обращения: 02.04.20).
3. Виноградов В.В. Стилистика. Теория поэтической речи. Поэтика. / В.В. Виноградов. – М.: Изд-во АН СССР, 1963. – 256 с.
4. Гордеева Т.А. Ключевые структуры в идиостиле П. Элюара / Т.А. Гордеева, Л.Р. Башкова, А.Г. Баясников. – Орел: ОГУ им. И.С. Тургенева, 2018. – С. 406–409.
5. Марузо Ж. Словарь лингвистических терминов / Ж. Марузо. – М.: Изд-во иностр. лит., 1960. – 436 с.
6. Толстоус Н.В. Гомеотелевт: Формы и функции во французской поэзии XX в. / Н.В. Толстоус // Научный журнал «Вестник Томского государственного университета. История». – Томск: Изд-й дом ТГУ, 2007. – С. 90–96.
7. Толстоус Н.В. Лингвостилистическая природа гомеотелевта (на материале французской художественной речи XX века) / Н.В. Толстоус. – М., 2011. – 22 с.
8. Яхонтова М.А. Литература Франции: 1917-1945 / М.А. Яхонтова, О.М. Соловьева. – М.: 1984. – 304 с. – URL: <https://www.ladissertation.com/join.html?clk=preview> (дата обращения: 30.03.20).
9. Vacry P. Les figures de style et d’autres procédés stylistiques. / P. Vacry. – F.: Belin, 1992. – 336 p.
10. Gardes-Tamine J. La stylistique. / J. Gardes-Tamine. – Paris: Armand Colin, 1992. – 208 p.

ГЛАВА 3. МЕТОДИКА ПРЕПОДАВАНИЯ ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ И МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ

УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРИНЦИПА НАГЛЯДНОСТИ В ОБУЧЕНИИ СПЕЦИАЛЬНОЙ ЛЕКСИКЕ ИЯ В ШКОЛЕ

*Антонова С.П.
Поморцева Н.П.*

В статье рассматриваются вопросы реализации принципа наглядности в обучении специальной лексике ИЯ в школе (на материале темы «Одежда. Мода»). Авторы обсуждают различные варианты условий, необходимых для успешного внедрения данного принципа в школьную программу с целью наиболее эффективного усвоения знаний обучающимися.

Ключевые слова: специальная лексика, наглядность, мода, одежда, иностранный язык.

The article discusses the implementation of the visualization principle in teaching special vocabulary of a foreign language at school (based on the topic “Clothing. Fashion”). The authors discuss various options for the conditions necessary for the successful implementation of this principle in the school curriculum in order to teacher students most effectively.

Key words: vocabulary, special vocabulary, visualization, fashion, clothing, foreign language.

Наглядность является одним из основополагающих принципов успешного обучения. По мнению К.Д.Ушинского, наравне с последовательностью, прочностью знаний и навыков, сознательностью и активностью образовательного процесса, она также занимает одну из лидирующих позиций в обучении [3].

Суть наглядности заключается в получении обучающимися новых знаний и умений путём чувственно-познавательных механизмов. В результате привлечения аудиально-визуальных и им подобных средств, усвоение информации значительно возрастает. В процессе изучения многочисленных предметов и дисциплин используется наглядность различных видов. Наиболее интересная классификация, по нашему мнению, представлена Г.М. Коджаспировой, в соответствии с которой данный принцип обучения, в первую очередь, подразделяется на *предметную* и *изобразительную* составляющие. К *предметной наглядности* относятся натуральные (естественные) объекты, взятые из окружающей среды. *Изобразительная же наглядность* включает в себя наглядность образную и символическую. Символическая – это схемы, карты, чертежи и прочие символичные обозначения. Образная – состоит из словесной, объёмной и плоскостной наглядностей. Объёмная наглядность – это всевозможные макеты, модели и муляжи. К плоскостной относятся картины, открытки, иллюстрации и прочие продукты художественной

деятельности. И к словесной наглядности, наиболее необычному её виду, яркие словесные описания и рассказы, как от живых собеседников, так и от технических аудиосредств [5].

На сегодняшний день изобразительная наглядность является наиболее популярным методом, используемым в обучении. Исходя из наблюдений некоторых учёных, органы слуха способны воспринимать 1000 условных единиц информации в единицу времени, органы осязания – 10 000 и органы зрения – 100 000 условных единиц за ту же самую единицу времени. И, если переводить данные результаты в проценты, то можно вычислить, что около 80% всей воспринимаемой из окружающего мира информации человек получает именно с помощью зрения [2]. Несмотря на такое активное использование изобразительной наглядности, стоит также отметить, что для полноценного учебного процесса лучшим вариантом будет комбинация различных видов наглядных пособий, т.е. задействование одновременно нескольких органов восприятия информации, что, в свою очередь, и приведёт к её более прочному усвоению.

Всё многообразие способов сочетания наглядности и слова подробным образом было исследовано и обобщено Л.В. Занковым в книге «Наглядность и активизация учащихся в обучении», в соответствии с которой было выявлено несколько наиболее распространённых вариантов развития событий [4].

Существует также ряд требований, предъявляемых к наглядным средствам обучения, от соблюдения или несоблюдения которых, зависит скорость восприятия, понимание, усвоение и закрепление целевых знаний. Так, основными критериями оценки наглядных материалов являются: доступность – соответствие возрастным особенностям обучающихся, дозированность – умеренное использование наглядных средств во избежание переизбытка информации; содержательность – максимальная теоретическая наполненность; иллюстративность – использование материалов разных видов; интерактивность – способность создавать коммуникативные ситуации по принципу обратной связи, стимулирующие речевую деятельность обучающихся.; мотивируемость – способность вызывать и поддерживать активный интерес к познавательной деятельности [8].

Исходя из всего выше сказанного, также отметим, что каждый вид наглядности требует индивидуальных условий для внедрения его в учебную работу. В данной статье мы раскроем, каким образом и какие именно наглядные пособия можно включить в обучение специальной лексике ИЯ (на примере темы «Одежда. Мода»), чтобы процесс усвоения новых знаний проходил наиболее результативно.

Начнём с рассмотрения одного из наиболее важных и наиболее древних принципов в педагогике – с принципа природосообразности. Данный принцип был выдвинут Я.А. Коменским, который настоятельно рекомендовал учитывать возраст детей в учебно-воспитательном процессе. Согласно данному принципу обучение и воспитание должно строго соответствовать определённым возрастным группам, т.к. только тогда будет происходить полноценное усвоение передаваемых знаний [6]. Приведём несколько примеров.

Рассмотрим описание базового гардероба в учебнике 2-ого и 9-го класса. В учебнике 2-го класса рассматриваются в основном такие общие и наиболее популярные единицы одежды, как *dress, skirt, jeans, coat, shoes, T-shirt*. Небольшое количество слов и один-два (в зависимости от специализации школы и степени

углублённости изучения языка) термина на одну группу вещей. В 9-ом же классе ассортимент рассматриваемой одежды значительно увеличивается и, помимо традиционного описания гардероба в список слов для изучения начинают входить более узкие термины, такие как ассортимент тканей (*cotton, silk, wool*) и швейной фурнитуры (*button, zipper*), виды принтов (*floral, striped, checked*) и разнообразие модных стилей (*casual, elegant, military*). Исходя из данных наблюдений, можно сделать вывод, что с возрастом идёт планомерное расширение модного вокабуляра в соответствии с возрастом конкретной личности.

Стоит отметить также, что с возрастом предметная наглядность должна заменяться символической. Это связано с интеллектуальным уровнем развития обучающихся. Как правило, ребята дошкольного и младшего школьного возраста имеют не такой высокий уровень интеллекта, т.к. в силу своей неопытности они не умеют пока анализировать полученную информацию и совершать логические выводы. Поэтому на начальных этапах обучения предпочтение должно отдаваться именно образной наглядности, потому что это единственный метод, который максимально задействует природные чувственные механизмы, данные человеку от рождения для познания окружающего мира. Будь то визуализация картинок или осязание реальной модели объекта.

Приведём другой пример – обучение на природе. Проведение уроков за пределами школьных кабинетов, на первый взгляд, может показаться совершенно неэффективным с точки зрения современной общепринятой системы образования (за исключением, конечно, например, уроков естествознания или биологии), т.к. будет отвлекать ребят от процесса усвоения знаний. Однако данный вариант имеет массу преимуществ. Рассмотрим урок английского языка с применением природной наглядности. Собираясь выйти на улицу, обучающиеся надевают на себя определённую одежду (вариативность меняется в зависимости от времени года и погоды): пальто, куртки, дублёнки, парки, дождевики и т.д. Берут с собой аксессуары: шапки, кепки, зонты, очки, шарфы и т.п. Огромный выбор различных единиц одежды, которые после изучения можно сразу посмотреть, потрогать и попробовать в действии.

Далее, затрагивая вопрос о колористике, хочется отметить, явные преимущества уроков на природе по сравнению с занятиями в классе. Природа – это генератор идеальных цветовых сочетаний, которые можно изучать, не боясь погрешностей в цветопередаче матриц компьютеров и ноутбуков. Это как, если бы мы начали сравнивать преимущества брендовой вещи по сравнению с её более дешёвой копией. Таким образом, и природа – она даёт возможность изучать цвета в их чистом первозданном виде, не опасаясь недоразумений при идентификации цветов на будущем месте работы (если рассматривать специализированные курсы, направленные на *fashion*-индустрию). Кроме того, опять же, в процессе такого изучения задействуются максимально все органы восприятия информации, включая эмоциональную составляющую.

При рассмотрении вопроса о фактурах и материалах, очень хорошо могут помочь различные представители флоры и фауны, а именно их внешний вид. Красота оперения, расцветка кожных покровов, кора деревьев, гладь воды, листва послужат также отличным вдохновением и хорошей отправной точкой для создания учениками самостоятельных творческих работ.

Далее рассмотрим одну из основных педагогических технологий, при включении которой, эффективность образовательного процесса также будет возрастать. Называется эта технология игровой деятельностью. Игра для ребёнка – это не только радость и приятное времяпрепровождение, это, в первую очередь, и закрепление знаний и навыков, которыми он недавно овладел. В связи с тем, что в процессе игры обучающийся чувствует себя свободным и самостоятельным, у него спонтанно возникает желание узнавать что-то новое, после чего делиться своими находками с окружающими. А это, в свою очередь, способствует речевому и умственному развитию [7].

Если говорить об обучении специальной лексике ИЯ и, в частности, о сфере *fashion*-индустрии, то хорошим вариантом будет игра в куклы. Обучающиеся могут расширять и закреплять свой словарный запас, занимаясь привычной и всеми любимой деятельностью. Данный игровой приём можно использовать не только при обучении ребят начальной школы. Он может быть также применён как для среднего звена, так и для 10-11 классов. Разница будет в представлении обучающимся другой формы игрового процесса. Например, обучающиеся начальной школы могут играть в обычный кукольный дом – объёмный, с предметами, выполненными из настоящих тканей и прочих материалов. Либо в бумажные куклы с одеждой для вырезания. В среднем и старшем звене следует обращать больше внимания на самостоятельное создание кукол и предметов одежды к ним. Это может быть как пошив из текстиля (с использованием вышивки, гильоширования, батика и прочих техник декорирования ткани), так и отрисовка моделей в бумажном виде (где можно обратить особое внимание также на создание *make-up*).

Для изучения специальной лексики более глубокого и специфического порядка (например, исторический и национальный костюм) очень полезно будет посещение различных фольклорных мероприятий и этнографических фестивалей (в том числе и музыкальных, т.к. будут устанавливаться прямые нейронные связи между конкретным музыкальным стилем и костюмом определённого этноса). Также рекомендуется посещение музеев и выставок, где наглядно можно будет увидеть всевозможные варианты художественного творчества в оригинале от настоящих мастеров (будь то картина У. Хогарта «Будуар графини» или экспонаты музея моды прошлых веков в Эрмитаже).

Особое внимание хотелось бы также обратить на посещение реконструкций исторических событий, где подробно можно изучить не только костюм, но и оружие, доспехи и предметы быта. Большинство современных реконструкций позволяют также принять непосредственное участие в событии, которому посвящено данное мероприятие. Процедура такого плана будет иметь необыкновенный успех у обучающихся, т.к. в процессе активности будет задействовано максимальное количество органов чувств, что будет способствовать более качественному запоминанию, а также эмоциональный аспект, который пополнит коллекцию впечатлений.

Рассматривая далее варианты включения наглядности в образовательный процесс, нельзя не затронуть такой вид деятельности как ролевые игры. Ролевая игра – это целостный методический приём обучения, при реализации которого небольшая группа людей рассматривает, а точнее проживает определённую ситуацию в форме игрового представления. При этом каждый участник играет опре-

делённую роль какого-то конкретного человека. В процессе такого мероприятия происходит анализ и решение некой задачи, в результате решения которой обучающиеся приобретают ряд полезных качеств и навыков, которые они уже смогут применить в повседневной жизни [1].

Примерами ролевых игр на уроках английского языка при изучении специальной лексики на тему «Одежда. Мода» могут быть различные ситуации в магазине (где обучающиеся смогут применить в живой речи новый вокабуляр и попрактиковать речевые паттерны в диалогах), ситуации в ателье (в качестве клиента и мастера), а для ребят с углублённым изучением *fashion*-сегмента различные случаи из жизни домов моды.

Ещё одним очень важным и полезным навыком в процессе обучения может стать фотография. Обучение макро- и микросъёмке чрезвычайно важно для развития образного и более глубокого видения мира. Мир моды не может существовать без хороших профессиональных фотосессий, поэтому вся лексика, касающаяся фотографии непременно должна быть включена в обязательный вокабуляр специалиста *fashion*-сегмента. Помимо фотоаппарата в образовательный процесс можно также включать и другие оптические приборы – например, микроскоп и телескоп. Данная оптика будет очень полезна не только для расширения кругозора обучающихся, но и для более детального и глубокого исследования различных веществ и материалов (в случае микроскопа) и поиска вдохновения (в случае телескопа).

Также хотелось бы обратить внимание на ещё одно упражнение, позволяющее обучающимся научиться мыслить более неординарно. Задача заключается в изображении предметов одежды в соответствии с различными чувствами и эмоциями человека. Например, какой предмет одежды ассоциируется у ученика с добротой (добрая одежда), восторгом (восторженная одежда) или с восхищением (восхищённая одежда). Данное упражнение поможет ученикам более ярко выражать свои идеи и задумки без каких-либо внутренних блоков и ограничений.

И в завершении хотелось бы отметить, что помимо различных методов, техник и образовательных технологий, немаловажную роль в реализации принципа наглядности при обучении специальной лексике ИЯ играет педагогический состав и техническое оснащение кабинетов, лабораторий и творческих площадок. Ведь, если не будет компетентных педагогов, людей по-настоящему любящих своё дело, готовых к постоянному росту, как личностному, так и профессиональному, то ни о каком эффективном образовании в принципе не может быть и речи. А наличие всевозможных технических средств упростит и обогатит подачу материала, сделав процесс обучения не только эффективным, но интересным и увлекательным.

ЛИТЕРАТУРА

1. Адилова Н.Ф. Эффективность использования ролевых игр в процессе обучения / Н.Ф. Адилова // Молодой ученый. – Чита: Издательство Молодой ученый, 2011. – № 12. – Т. 2. – С. 121–124.
2. Гакаева А.Х. Наглядные пособия на уроках русского языка в младшей школе и их роль в повышении познавательной активности учащихся // Школьная педагогика. – Казань, 2015. – № 3. – С. 8–12.
3. Гусейнов А.З. Развитие принципа наглядности в истории педагогики / А.З. Гусейнов, Г.Д. Турчин // Философия. Психология. Педагогика. – Изв. Сарат. ун-та, 2007. – № 1. – С. 64–67.

4. Занков Л.В. Наглядность и активизация учащихся в обучении / Л.В. Занков. – Москва: ГУПИ МП РСФСР, 1960. – 312 с.
5. Коджаспирова Г.М. Педагогика: учебник / Г.М. Коджаспирова. – М., 2004. – С. 311.
6. Коменский Я.А. Дидактические принципы: (Отрывки из «Великой дидактики») / Со вступ. статьей А. А. Красновского / Я.А. Коменский. – М.: Учпедгиз, 1940. – 91 с.
7. Копылова В.Б. Место и роль игровых технологий в образовательном процессе / В.Б. Копылова // Проблемы и перспективы развития образования: материалы VIII Междунар. науч. конф. (г. Краснодар, февраль 2016 г.). – Краснодар: Новация, 2016. – С. 156–158.
8. Хлюбка Е.А. Реализация принципа наглядности в процессе обучения английскому языку на начальном уровне / Е.А. Хлюбка. – URL: <https://kopilkaurokov.ru/angliiskiyYazik/prochee/realizatsiiprintsipaughliadnostivprotsiessieobucheniiaanghliiskomuiazzykunachalnoumurovnie> (дата обращения: 13.03.2020).

КОРПУСНАЯ ЛИНГВИСТИКА И ОБУЧЕНИЕ ИНОСТРАННЫМ ЯЗЫКАМ

*Антонова Т.Ю.
Шангарева Л.Ф.*

В статье рассматривается потенциал включения материалов корпусной лингвистики в методику обучения иностранным языкам. Приводятся и анализируются примеры использования информационной базы корпусных интернет-технологий в преподавании иностранных языков.

Ключевые слова: интернет-технологии, корпусная лингвистика, электронный корпус, обучение иностранному языку.

The article discusses the potential of including corpus linguistics materials in foreign language teaching methods. It provides the analysed examples of using the information base of corpus Internet technologies in teaching foreign languages.

Key words: Internet technologies, corpus linguistics, electronic corpus, teaching a foreign language.

К Интернет-технологиям относят такие информационные ресурсы, как: веб-сайты, различные форумы, онлайн-библиотеки и электронные энциклопедии. Сейчас информационно-технологическое развитие происходит во всех сферах нашей жизни, в том числе оно касается сферы образования. Педагоги все чаще обращаются к интернет-технологиям в поисках новых текстов, аудио-визуальных материалов и актуальных вокабуляров.

Одним из наиболее эффективных методов обучения иностранному языку, бесспорно, является обращение к корпусной лингвистике. Успех межязыкового взаимодействия напрямую зависит от умения грамотно использовать единицы иностранного языка в рамках культурных традиций данного языка. Умение использовать национальные корпуса в педагогической деятельности позволяет не только эффективно обучать студентов осуществлению самостоятельного поиска,

изучению, сравнению, анализу лингвистических средств языка с целью повышения уровня коммуникативных навыков и умений, но и способствует успешному овладению новой лексикой и грамматикой, предоставляя возможность опираться на примеры из различных контекстов реальных языковых источников.

Понятие «корпус текстов» все чаще входит в научный оборот лингвистов, что безусловно улучшает качество работы. Тем не менее, корпусная лингвистика еще не получила должного внимания со стороны педагогов. Таким образом, актуальность исследования в целом очевидна.

Под *корпусной лингвистикой* понимается раздел лингвистики, который занимается созданием и аннотированием текстовых корпусов, разрабатывает средства поиска по их базам и включает в себя исследования на базе корпуса [2]. Существует много способов определения самого *корпуса*, но большинство ученых сходятся в мнении о том, что корпус представляет собой набор машиночитаемых, аутентичных текстов, собранных для характеристики или представления состояния или разнообразия языка [5].

Первый электронный корпус был составлен Нельсоном Фрэнсисом и Генри Кучерой в Университете Брауна в начале 1960 гг. Это был корпус американского варианта английского языка (*Brown Corpus*), включающий 1 миллион слов. Прототипами были словарные картотеки (т.е. собрание фрагментов текстов, содержащих какое-либо определенное слово, и систематизированные относительно этого слова в алфавитном порядке). В данный момент большинство языков мира уже имеют свой национальный корпус.

Корпусы представляют собой наборы специально отобранных текстов, размеченных по различным лингвистическим параметрам и оборудованных поисковой системой. Они созданы для того, чтобы можно было работать с большим количеством объемных текстов одновременно, извлекая из них необходимую информацию. На основании анализа полученных контекстов можно сделать вывод об интересующем исследователя лингвистическом феномене, например, о поведении грамматической структуры, использовании выразительных средств в языке и т. д.

Типы корпусов в корпусной лингвистике могут быть представлены по нескольким признакам. Классификация может основываться на языке текстов (английский, китайский), режиме доступа (открытый, закрытый, коммерческий), жанре исходного материала (художественный, документальный, академический, публицистический).

Развитые технологии помогают пополнять базу данных не только письменными, но и устными текстами. Генерация материалов, представляющих устную речь, совершается интересным образом: в течение суток случайный доброволец совершает коммуникации с окружающими людьми, которые не могут знать о том, что производится запись всех разговоров, в которых он участвует. Полученные аудиозаписи помещаются в базу данных и сопровождаются печатным текстом в виде стенограммы [5]. Так в корпусе создается разметка устной повседневной речи.

Для работы с корпусом пользователю достаточно ввести слово или комбинацию слов в строке поиска по информационной базе. Во многих национальных корпусах доступна расширенная версия, которая позволяет находить текстовую информацию практически по любым лингвистическим критериям: принадлеж-

ность к определенной группе частей речи; грамматические признаки; стилистическая и эмоциональная окраска.

С точки зрения педагогики, использование корпусов в учебной программе поможет сформировать у студента навыки самостоятельной работы по сбору и анализу данных живого языка. Подобные задания позволяют ученику побыть в роли исследователя, создающего нечто свое, уникальное, тем самым повышая его мотивацию.

Использование совокупности текстов национального корпуса позволяет наблюдать различные случаи употребления языковых единиц и их поведение в естественной языковой среде. Такие контексты имеют преимущество над искусственно созданными авторами учебников на основе интуитивной догадки. Кроме того, национальные корпуса позволяют совершать тематические исследования на основе статистических данных. Так, учащиеся могут формулировать, а затем подтверждать или опровергать гипотезы о конкретном языковом явлении. При этом, исследователю не приходится проходить долгий и кропотливый этап сбора материала (интервьюирование, работа со словарями, письменными текстами и т. д.).

Некоторые слова или словосочетания также помогут в расширении фоновых знаний учащихся. Например, словосочетание *true blue*, может привести учащегося к рассмотрению исторических событий, связанных с противопоставлениями партий консерваторов и лейбористов (*blue vs. red*), и выявлению групп словосочетаний и устойчивых выражений, характерных для предвыборной кампании и политической пропаганды. Выполняя подобные задачи под общим руководством учителя, учащиеся могут идти дальше, задавая новые поиски, формируя собственные учебные корпуса.

Учебные корпуса определяются как электронные коллекции аутентичных текстов, созданных изучающими иностранный или второй язык [1]. Учебные корпуса – это относительно недавнее явление. Ранние учебные корпуса сильно отличались от современных тем, что они в основном служили хранилищами ошибок, были меньше по объему текстов и их разнообразию. Критерии проектирования учебных корпусов сейчас гораздо более строгие, и они поддаются анализу большинства языков. Такой подход необходим для разработки планов и дальнейшей коррекции методики изучения языка.

Основное применение корпусов в классе сейчас относится к обучению студентов лексики изучаемого языка. Речь идет не только о новых словах, но и об открытии новых значений уже изученных слов.

Корпусные Интернет-технологии можно также использовать не только в целях обучения лексике, но и грамматике языка. Например, на основе результатов поиска китайского национального корпуса можно показать различия употребления грамматических структур 被 и 把 в китайском языке. Преподаватель в этом случае получает огромную базу примеров, не ограничиваясь приведенными в учебнике, а студент более точно прослеживает разницу грамматических структур, опираясь на реальные контексты.

Незаменимый вклад в обучении языку и переводу вносят параллельные корпуса. Параллельный корпус – это корпус, содержащий текст оригинала и его перевод на другой язык. Часто слова переводятся на другой язык рядом синонимов (напр.

beautiful, amazing, brilliant). Такой перевод может привести к употреблению синонимичных слов в несвойственном им контексте. Проанализировав же примеры параллельного корпуса, можно чётко определить грань между такими словами.

Параллельные корпуса – это лучший способ показать, например, правильное употребление предлогов. Так, в учебниках итальянского языка не проводится четкой грани между предлогами направления действия “a” и “in” и случаи их употребления с определенными словами нужно запоминать отдельно. С помощью национального корпуса процесс погружения в языковую среду и запоминания подобных случаев происходит быстрее. Лингвисты не отрицают роль интуиции в изучении языка, знания, основанные на самостоятельном анализе и интуиции, значительно отличаются от основанных на явных доказательствах, предлагаемых корпусом.

Таким образом, использование лингвистических корпусов в преподавании иностранного языка – это новый эффективный и продвинутый способ работы с классом. В настоящее время использование корпусов перестало быть интересным только для небольшой группы лингвистов. Работа с национальными корпусами несомненно улучшает качество образовательного процесса, при этом повышая интерес как студентов, так и самих преподавателей. Есть все основания полагать, что корпусное языкознание будет дальше развиваться и в скором будущем повлияет на каждый аспект того, как языки преподаются, изучаются и исследуются.

ЛИТЕРАТУРА

1. Арто М. Роль корпусов в лингвистических исследованиях и преподавании языков / Мустайоки Арто // Национальный корпус русского языка и проблемы гуманитарного образования.: сб. материалов Международной научной конференции (Москва, 19-20 апреля 2007г.). – М., 2007. – С. 58–60.

2. Баранов А.Н. Введение в прикладную лингвистику / А.Н. Баранов. – М.: Эдиториал УРСС, 2001. – 360 с.

3. Нагель О.В. Корпусная лингвистика и ее использование в компьютеризированном языковом обучении / О.В. Нагель. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/korpusnaya-lingvistika-i-ee-ispolzovanie-v-kompyuterizirovannom-yazykovom-obuchenii/> (дата обращения: 31.03.2020).

4. Сысоев П.В. Лингвистический корпус в методике обучения иностранным языкам / П.В. Сысоев. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/lingvisticheskiy-korpus-v-metodike-obucheniya-inostrannym-yazykam> (дата обращения: 31.03.2020).

5. Grigaliuniene J. Corpora in the classroom / J. Grigaliuniene. – Vilnius university, 2013. – P. 10–15.

КОМПЛЕКС УПРАЖНЕНИЙ ДЛЯ ИНТЕГРАТИВНОГО ОБУЧЕНИЯ АНГЛИЙСКОМУ ЯЗЫКУ С ПРИМЕНЕНИЕМ ХУДОЖЕСТВЕННО- ВЫРАЗИТЕЛЬНЫХ ЭЛЕМЕНТОВ В НАЧАЛЬНОЙ ШКОЛЕ

Ахмадуллина Э.Р.

Боднар С.С.

Использование художественно-выразительных элементов на уроках английского языка позволяют существенно улучшить навыки определенного вида и

аспекта речевой деятельности. Благодаря песенному материалу, уникальным красочным заданиям, письменным упражнениям задействуется кратковременная и долговременная память – запоминаются правила чтения, слова и словосочетания.

Ключевые слова: английский язык, интегрированное обучение иностранному языку, учитель, обучающийся.

The use of artistic and expressive elements at the English lessons can significantly improve the skills of every type and aspect of speech activity. Additional materials such as songs, art therapy, and writing exercises activate short-term and long-term memory – students memorize words as well as speech patterns and also understand the grammatical structure of English subconsciously.

Keywords: the English language; integrated foreign language teaching, a teacher, a student.

Методы и способы обучения являются актуальными вопросами, требующими принятия новых решений. Более того, образовательный процесс стремительно меняется, что отражается на общих тенденциях развития в сфере образования. Образовательному прогрессу также способствует усовершенствование технических возможностей, интегрированных в обучение. Консервативные методики обучения отходят на второй план, уступая место современным методикам. Актуальность внедрения художественно-выразительных элементов в процесс обучения обусловлена необходимостью создания англоязычной среды для обучающихся с целью их неформального обучения английскому языку в форме игр, песен, сценок, заданий. Младший школьник не обременен процессом обучения как таковым, именно поэтому в форме игры иностранный язык усваивается с легкостью и в непринужденной обстановке [2].

Современные исследования ученых говорят о том, что головной мозг активно формируется в возрасте с 3 до 7 лет и завершается процесс к 8-9 годам на 75%. В этом возрасте мозг ребенка довольно гибкий и с легкостью усваивает новые языки, поскольку речевой навык родного языка еще не до конца сформирован и вследствие этого ребенку легко адаптироваться. Благодаря обучению иностранному языку в младшем школьном возрасте, обучающийся становится более уверенным, с легкостью преодолевает языковой барьер, более того, его долговременная память способствует развитию «многоуровневого мышления» [7].

Процесс вовлечения в иностранный язык через художественно-выразительные элементы и игру проходит в неформальной обстановке, а значит не создает дополнительного стресса для обучающегося. Поэтому при разработке педагогами программ обучения младших школьников английскому языку широко используются методики интегративного обучения. Интегрированная методика обучения позволяет формировать творческое начало обучающегося благодаря привлечению знаний из разных областей: музыки, живописи, литературы, естествознания.

Алгоритм подготовки интегрированного урока сводится к следующему [3]:

1. Координация учебных программ, которая заключается в отборе материала для интеграции знаний обучающихся при изучении.

2. Разбор содержания междисциплинарных тем с целью подготовки информационной базы к уроку.

3. Подбор формы интегрированного урока, под которой понимается методическое планирование урока, отбор методов оценки и контроля успеваемости обучающихся. На данном этапе уделяется внимание содержанию урока и его ответственности хронометражу урока.

При планировании занятия перед учителем встает задача отбора языкового и речевого материала, способов и приемов овладения им младшими школьниками. На интегрированных занятиях учебные приемы включаются в освоенные детьми действия – музыкальные, танцевальные, игровые и др., выполнение которых сопровождается речевыми действиями и обеспечивает овладение ими. Возможны следующие варианты интеграции [4]:

- 1) языковое / речевое действие + музыкальное;
- 2) языковое / речевое + музыкальное + игровое действие;
- 3) языковое / речевое действие + движения;
- 4) языковое / речевое действие + движения + игровое действие;
- 5) языковое / речевое + театрализованное действие;
- 6) языковое / речевое действие + рисование.

Многие ученые пришли к выводу, что концепция использования песен положительно влияет на атмосферу в классе и на уроке. Самые успешные уроки – это те, которые дают нам чувство удовольствия и морального удовлетворения. Обучение с использованием песен по сравнению с традиционным подходом к изучению иностранного языка являются более эффективными [1].

В работе исследователя С. Медины (S.L. Medina) раскрывается роль музыки в закреплении базовых навыков говорения на иностранном языке [9]. Есть несколько причин для использования рифм и песен в преподавании иностранного языка в начальном образовании. «Естественно, детям действительно нравится учиться и петь песни, и они весело проводят время, реализовывая рифмы» [9]. Однако есть и более глубокие аспекты, такие как психологические, лингвистические и культурные, которые стоит рассмотреть.

Использование элементов изобразительного искусства, по мнению исследователей Дж. Мантей (J. Mantei) и Л. Кервина (L. Kerwin), представляют изучающим английский язык возможности получить понимание через картины. Рисование на уроках английского языка развивает воображение и улучшает навыки письменной речи [8].

С. Лейн (S. Laune) использует смешанный подход для оценки эффективности интеграции искусств в английский язык в качестве второго языка обучения обучающихся в Соединенных Штатах Америки. С помощью тщательного теоретического исследования, статистического сравнения результатов пред-тестовых значений и пост-тестовых значений, исследователь приходит к выводу, что интеграция искусства в изучение второго языка может улучшить способность обучающихся взаимодействовать с внешним миром. Исследователь также указывает, что изобразительное искусство может предоставить детям другие способы самовыражения, отличные от вербального выражения. Это может помочь исследовать свой внутренний мир. Невербальная экспрессия, в некоторой степени, будет способ-

ствовать вербальному пониманию; другими словами, художественное выражение может стимулировать языковое выражение [10].

В работе исследователя К. Филлипа раскрывается подход к использованию изобразительного искусства и литературных кружков как инструментов обучения иностранному языку. Искусство поддается визуальному преподаванию и обучению, что расширяет границы изучения иностранного языка и межкультурного образования [12].

Представим комплекс упражнений, который был разработан в рамках внедрения элементов интегративного обучения младших школьников и был назван «Волшебная коробка английского языка». Комплекс упражнений отличен тем, что он позволяет развить все четыре вида речевой деятельности.

Рассмотрим обучение аудированию на иностранном языке. Исходя из основных тем, которые должны быть освоены обучающимися в начальной школе, нами были отобраны 7 песен, которые можно внедрять в процесс урока. На основе данных песен и мотивов можно сочинять песни с изучаемой лексикой в рамках урока английского языка. Преимуществом этих песен является также то, что они сопровождаются видеорядом с использованием сайта **Super simple songs** [11]. Таким образом, данные песни могут быть не только частью урока, но также быть хорошим материалом для домашнего повторения вместе с родителями. Немаловажен тот факт, что к данному песенному материалу имеются задания на воспроизведение и повторение лексики, что также позволяет активно пополнять словарный запас обучающегося. Большинство песен имеют незамысловатый мотив и могут сопровождаться движениями или танцами, что позволяет ребенку расценивать данное упражнение не только с точки зрения задания, но и развлечения.

В качестве аудирования для младших школьников можно рекомендовать следующие песни [11]:

1. Alphabet – <https://supersimple.com/song/alphabet-chant/>
2. Yes I Can <https://supersimple.com/song/yes-i-can/>
3. Open and shut them <https://supersimple.com/song/open-shut-them/>
4. What is your favorite color <https://supersimple.com/song/whats-your-favorite-color/>

Работу над песнями следует строить следующим образом: после того как тема урока усвоена (например, глагол **Can** и его место в грамматической структуре предложения), преподаватель включает эту песню на уроке и раздает слова к песне – обучающиеся слушают песню 2 раза, затем используя слова пропевают вместе с видеорядом. Следующим этапом работы является применение данной грамматической структуры вне песни – обучающимся предлагается в качестве домашнего задания составить четверостишие с другими глаголами действия, выучить дома и пропеть их на уроке. Таким образом, использование песни позволит выучить не только грамматическую структуру **I can + verb**, но также расширит словарный запас глаголов.

Следуя логике нашего исследования, рассмотрим обучение чтению на английском языке. Секрет правильного обучения чтению у детей – это визуализация. Задания подобраны таким образом, чтобы обучающийся мог сопоставить увиденное с тем, что он читает. Такой метод поможет быстро ориентироваться

в буквах, быстрее запоминать и вспоминать слова, так как у младших школьников отлично развит визуальный канал восприятия информации [7].

В ходе анализа множества материалов для обучения чтению, мы сделали вывод, что многие разработки по чтению представляют собой монотонные упражнения, которые способствуют чтению, однако не способствуют запоминанию новых слов. Благодаря 6-уровневой разработке от издательства «Айрис-Пресс» [5], обучающиеся, во-первых, могут выполнять задание самостоятельно или в группах, повторяют открытые и закрытые слоги, буквосочетания в зависимости от уровня и наглядно, при помощи соединения картинок в слова имеют ассоциативный ряд: английское слово – картинка. Данные карточки являются первой ступенью в обучении чтению. Они входят в серию карточек для обучения чтению на английском языке, которое состоит из 6 блоков. Для примера работы с данным инструментом следует расписать принцип работы на примере первого уровня. С набором карточек CAR учиться очень легко и просто. Занимательные карточки помогут буква за буквой выстраивать слово, правильно читать сочетания букв и запоминать слова. Слово состоит из трех карточек, на каждой из которых изображен фрагмент рисунка, собрав все три из которых в нужном порядке выстроится слово и изображение. После правильной проработки данного задания обучающийся выучит 43 английских слова, сможет различать и правильно читать слова с серединными буквами A и O.

Младшие школьники после изучения алфавита иногда испытывают трудности с чтением гласных звуков в открытых и закрытых слогах, а также в буквосочетаниях (-sh, -ck, -ch и т.д.). Для того, чтобы уроки чтения были эффективными и занимательными, нами были представлены следующие разработки **CVC-Giraffes** and **Silent “E” camera**. Данные упражнения разработаны для основных групп слогов и буквосочетаний; «жирафы» позволяют запомнить и повторять закрытые типы слогов, в то время как камера делает упор на открытом слоге в односложных словах. Благодаря тому, что данные методические пособия красочные, они понравятся младшим школьникам, к ним будет проявлен особый интерес, и цель педагога – тренировка (drilling) закрытых и открытых типов слогов – будет достигнута. Наглядный пример и принцип действия данных пособий представлен на Рисунке 1 (См. Рис.1).

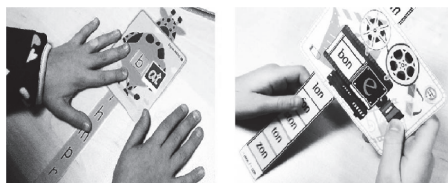


Рис. 1. Пример методических пособий по чтению CVC-Giraffes and silent “E” camera

Младшие школьники в силу психофизических особенностей возраста не способны долго концентрироваться на классическом академическом обучении, им требуется более частая смена действий. Такой вид речевой деятельности как говорение может быть освоен максимально эффективно при игре или театральной

постановке. Классические сказки или диалоги из учебников можно применять, разыгрывая сценку по ролям, с использованием костюмов и незамысловатых реплик с устойчивыми фразами и выражениями. Таким образом, дети вовлечены в процесс, являются активными участниками действий – запускается процесс использования активного словаря обучающегося. Любую классическую сказку вполне можно видоизменить и модернизировать под тему, которая изучается в данный период в классе. Например, рассмотрим сказку, которая по принципу схожа со сказкой «Колобок», где главный герой (a dog) встречает новых персонажей. Этими персонажами будут животные (a dog, a cat, a tiger, a hen, a monkey, a goose и т.д.), учитель модернизирует количество персонажей под тему урока и количество детей. Также у главного персонажа есть члены семьи (a mother, a father, a grandmother, a grandfather, a sister, a cousin, a nephew). Перед сказкой дети и учитель активно подготавливаются к воспроизведению сказки: реквизит, репетиции, костюмы, режиссура. Таким образом, обучающиеся хорошо мотивированы и являются активными участниками создания сказки.

Рассмотрим обучение письменной речи младших школьников, которое сопряжено со знакомством с алфавитом иностранного языка. Важно не только научить обучающегося идентифицировать ту или иную букву и отличать одну от другой, но и фиксировать ее на письме. Среди множества разработок, которые были проанализированы, мы остановили свой выбор на разработке «Английский школьникам. Прописи, для изучающих иностранный язык с первого класса» Е.В. Русиновой [6]. Мы пришли к выводу, что данное пособие может быть весьма полезным в первом классе, поскольку на сегодняшний день не все дошкольные учреждения в своей программе имеют занятия по английскому языку – зачастую ребенок, поступив в школу только начинает знакомится с английским языком с нуля. Представленное пособие интересно тем, что, во-первых, даны четкие указания как писать буквы, по каким линиям, в четкой последовательности и по линиям. Во-вторых, данное пособие написано на русском языке, что значительно облегчает ребенку самостоятельную работу с прописью. В-третьих, к каждой английской букве подобраны ряд слов, довольно легких для запоминания.

Цель обучения иностранным языкам – развитие коммуникативной компетенции. Иностраный язык как дисциплина отличен от других школьных дисциплин, в связи с этим и преподаваться он должен в ином ключе. Интегрированное обучение иностранному языку развивает мышление, углубляет полученные знания, способствует долговременному усвоению слов и устойчивых выражений. Организация интегрированного обучения иностранному языку на начальном этапе может стать одним из действенных средств существенного повышения качества обучения.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Ахмадуллина Э.Р.* Эффективное использование песен для обучения английскому языку младших школьников / Э.Р. Ахмадуллина // Terra Linguae: сб. науч. ст. – Казань: Изд-во Казан. ун-та, 2019. – Вып. 5. – С. 201–206.
2. *Бим И.Л.* Обучение иностранным языкам: поиск новых путей / И.Л. Бим // Иностранные языки в школе. – 1989. – № 1. – С. 89–93.
3. *Вавилова Л.Н.* Интегрированный урок: особенности, подготовка, проведение / Л.Н. Вавилова // Образование. Карьера. Общество. – 2017. – № 3. – С. 46–51.

4. Овчинникова С.В. Технологии интегрированного обучения в языковом образовании / С.В. Овчинникова // European Research. – 2017. – С. 135–138.

5. Издательство Айрис пресс – URL: <http://www.airis.ru/mpage.php/> (дата обращения: 15.03.2020).

6. Русинова Е.В. Английский школьникам. Прописи для изучающих английский язык с первого класса / Е.В. Русинова. – М.: АСТ; Восток-Запад, 2008. – 96 с.

7. Рыбакина Н.А. Теория контекстного обучения как концептуальная основа реализации компетентного подхода в общеобразовательной школе / Н.А. Рыбакина // Технологии построения систем образования с заданными свойствами – М.: РИЦ МГГУ им. М.А. Шолохова, 2013. – С. 217–223.

8. Mantei J. Interpreting the images in a picture book: Students make connections to themselves, their lives and experiences / J. Mantei, L. Kervin // English Teaching: Practice and Critique. – 2014. – 13(2). – P. 76–92.

9. Medina S.L. The effect of music on second language vocabulary acquisition / S.L. Medina // National Network for Early Language Learning. – 2015. – 6(3) – P. 1–8.

10. Silverstein L.B. Defining Arts Integration / L.B. Silverstein, S. Layne. – URL: <http://https://artsedge.kennedy-center.org/~media/ArtsEdge/LessonPrintables/articles/arts-integration/DefiningArtsIntegration.pdf> (дата обращения: 01.03.2020).

11. Super simple songs. – URL: <https://supersimple.com/super-simple-songs/> (дата обращения: 15.03.2020).

12. Ushioda E. Motivation, autonomy and metacognition / E. Ushioda // Motivation and foreign language learning: From theory to practice. – Amsterdam: John Benjamins, 2014. – P. 31–49.

ОСОБЕННОСТИ ПОСТРОЕНИЯ УМК ПО АНГЛИЙСКОМУ ЯЗЫКУ ДЛЯ УЧАЩИХСЯ НАЧАЛЬНОЙ ШКОЛЫ С РУССКИМ И УЗБЕКСКИМ ЯЗЫКОМ ОБУЧЕНИЯ (ОПЫТ УЗБЕКИСТАНА)

Ачилова Р.С.

Сабирова Д.Р.

В статье рассмотрены особенности построения УМК для учащихся начальной школы с русским (“Fly High”) и узбекским (“Kid’s English”) языком обучения на примере Республики Узбекистан, раскрывается содержательный аспект и технологии работы по данным учебно-методическим комплексам, проводится сравнительный анализ.

Ключевые слова: билингвальное обучение, учебно-методический комплекс, родной язык, обучение иностранному языку, английский.

The article is devoted to the specific features of teaching materials for elementary school students with Russian (“Fly High”) and Uzbek (“Kid’s English”) language in the Republic of Uzbekistan. It reveals the essence of the content and teaching methods. A comparative analysis of two Textbook sets, Teacher’s Books and Workbooks is made with special attention to the implementation of national and regional component in teaching a foreign language.

Key words: bilingual education, teaching methods, native language, foreign language teaching, English language.

Билингвизм – владение двумя языками. Многие авторы понимают под *билингвизмом* или *двуязычием* не явление, а некий процесс. Так, Е.М. Верещагин определяет двуязычие (исходя из психологических процессов) как психический механизм (знания, умения, навыки), позволяющий человеку воспроизводить и порождать речевые произведения, последовательно принадлежащие двум языковым системам [1, с. 45]. В.Ю. Розенцвейг определяет *двуязычие* как владение двумя языками и регулярное переключение с одного языка на другой, в зависимости от ситуации общения [5, с. 82].

Многие авторы различных работ под *билингвальным обучением* понимают взаимосвязанную работу педагога и обучающегося в процессе исследования отдельных предметов или же предметных областей через средства родного и иностранного языка. Более того обеспечение, прежде всего, высочайшим уровнем владения иностранным языком, освоение содержания предметно – профессиональных, межкультурных и языковых компетенций. По статистике около 75% всего населения в мире – билингвы [9].

В соответствии с Постановлением Президента Республики Узбекистан «О мерах по дальнейшему совершенствованию системы изучения иностранных языков» начиная с 2013/2014 учебного года, английский язык в средних общеобразовательных учреждениях начинают изучать с первого класса [6]. Необходимо отметить, что до принятия соответствующего постановления, английский язык в школах изучался с пятого класса. В Республике Узбекистан обучение ведется на двух языках – узбекском или русском языке. Согласно школьной программе, в русских классах английский язык проводится 3 раза в неделю, а в узбекских – 2 [4]. Меньшее количество часов преподавания английского языка в узбекском классе связано с тем, что раньше население Узбекистана реже говорило на русском языке, со временем русский язык стал необходим, например, для поступления в университеты страны или для трудоустройства на работу. Кроме того, по желанию родителей с 2002 г. в узбекских школах был введен дополнительно предмет «Русский язык», объемом 1 час в неделю [6].

В нашей работе мы рассмотрели учебники по английскому языку для учащихся 1-4 классов. В классах с русским языком обучения занимаются по учебнику **“Fly High”** (авторы: Charlotte Covill, Rachel Finnie, Danae Kozanoglou, Tessa Lochowski, Jeanne Perrett, Katherina Stavridou, Amanda Thomas, Tamzin Thompson). Учебник **“Fly High”** для 1-4 классов разработан издательством Pearson Longman, методическое сопровождение учебника предполагает дополнительные занятия с использованием компьютерных технологий, игровые упражнения с наклейками и углубленное изучение грамматики. Учебно-методический комплекс **“Fly High”** содержит Activity Book, Pupil’s Book, Flashcards, CD-диск и Teacher’s Book [10]. В классах с узбекским языком обучения занимаются по учебнику **“Kid’s English”** (авторы: И. Ирискулов, С. Хан, Л. Камалова, Л. Жураев, К. Иногамова, Н. Хакимходжаев, О. Картавцова, Д. Юсупова и М. Каюмова) [11]. Оба учебно-методических комплекса **“Fly High”** и **“Kid’s English”** утверждены отделом иностранных языков Республиканского центра образования Республики Узбекистан при Министерстве народного образования Узбекистана для системы среднего образования от 10 декабря 2015 года № ПП – 1875 [6]. Учебно-методический комплекс **“Kid’s**

English” создан в Узбекистане при содействии директора Британского Совета С. Макналти и методистов английского языка [6]. Учебно-методический комплекс “Kid’s English” с 1 по 4 классы содержит Activity Book, Pupil’s Book, CD-диск и Teacher’s Book. Стоит отметить, что учебник “Kid’s English” разработан специально для классов или школ с узбекским языком обучения. Учебник Kid’s English построен с учетом национально-региональной специфики, так как в нем содержатся тексты, задания, и особенно разнообразно количество диалогов с узбекскими именами собственными, например, встречаются имена *Зумрад, Анвар, Шахзода*, также встречаются названия древних городов, таких как *Бухара, Хива, Самарканд* [11].

Проанализировав учебники “Fly High” и “Kid’s English”, можно сделать вывод, что общая структура учебников по английскому языку для младших школьников практически одинакова. Отличительной особенностью УМК “Kid’s English” является отражение этно-регионального компонента в его содержании. Это хорошо прослеживается в помощи учащемуся стать настоящим гражданином, как своей страны, так и мира [8, с. 61]. Содержание иноязычного образования позволяет освоить навыки использования методов различных научных дисциплин для осуществления краеведческих и иных исследований [1, с. 65]. Например, при изучении темы “**Welcome to Uzbekistan**” авторы учебников рекомендуют использование карты Узбекистана, государственного флага, фотографий с различными видами родных мест и достопримечательностей, буклетов, и другое.

Учебник “Fly High” 1 Pupil’s Book состоит из 14 юнитов по два в каждом уроке [11]. Fly High 2 и Fly High 3 состоят из 28 уроков, без разделений на юниты, а “Fly High” 4 – из 36 уроков [10]. В учебнике после нескольких разделов учащимся предлагается рубрика *Jungle Fun*, содержащая разнообразные языковые игры. Авторы исходят из той точки зрения, что игра на занятиях по иностранному языку – это не просто коллективное развлечение, а основной способ достижения определенных задач обучения на данном этапе – от самых мелких речевых навыков до умения вести самостоятельный разговор [1, с. 64]. Также, в каждой из частей можно найти забавные комиксы о приключениях девочки Салли и другие истории в разделе *Story Time*.

Учебник “Kid’s English” Pupil’s Book для 1 класса также состоит из 14 юнитов по 4-6 уроков в каждом. После каждого юнита прилагается обзор пройденного материала – рубрика *Revision*. В каждом уроке также содержится раздел *Let’s play*, в котором учащиеся могут потренировать пройденный материал в развлекательной игровой форме.

Рассмотрим содержательный аспект двух учебников по английскому языку более подробно. Например, в учебнике “Fly High” 1 Pupil’s Book первая тема начинается с красочной истории в виде комикса, которая сразу же привлечет внимание учащихся. Сразу же после забавной истории предлагаются новые слова по теме «животные». Стоит отметить, что у учащихся не должно возникнуть трудностей с произношением данных слов, потому что данный учебник предполагает возможность аудитивного сопровождения языкового материала. В учебнике много заданий на аудирование, например, в первом же уроке учащиеся должны прослушать новые слова и выбрать нужный вариант (задание *Listen and point*).

Подобных заданий очень много и на наш взгляд, это большой плюс, так как у учащихся с самого первого урока английского языка вырабатывается восприятие на слух. Более того, есть и задания на самостоятельную работу, например, *Draw and say*, где перед учащимися ставятся разные задачи. Например, в первом уроке на странице 7 нужно дорисовать себя и сказать, как тебя зовут, назвать свой пол. Как нам видно в подобных заданиях сразу же отрабатываются навыки говорения. Параллельно этим заданиям, учащимся предлагается прописывать алфавит или слова с пропущенными буквами.

В учебнике “Fly High” 1 присутствуют темы: *животные (animals), цвета (colors), числа (numbers), семья (family), игрушки (toys) и в классе (in the classroom)*. В учебнике “Kid’s English”, по которому занимаются в узбекских классах, первый юнит начинается с диалогов, например, “*Hello. My name is Zumrad. What is your name?*” Сразу же с первого урока идет отработка на говорение и есть задания на прослушивание и повтор этих реплик. С самого первого урока отрабатываются навыки чтения, аудирования и говорения. Стоит отметить, что в каждом уроке есть домашние задания для родителей, чего нет в учебниках “Fly High”. Учебник “Kid’s English” 1 в основном состоит из реплик-диалогов и тем самым направлен на формирование навыков говорения. В учебнике встречаются такие темы как: *приветствие (greetings), возраст (age), семья (family), школьные принадлежности (in class), обопоты there is и there are, игрушки и цвета (toys and colors), части тела (parts of the body), времена года (seasons)*.

Учебник “Fly High” Pupil’s book для 2 класса также состоит из красочных комиксов, упражнений на чтение, аудирование и формирование лексических навыков. Анализ УМК “Fly High” и “Kid’s English” позволил нам сделать вывод о том, что содержательный аспект значительно различается. Например, изучение тем о *семье, о школе, хобби* в классах с русским языком обучения начинаются со 2 класса, тогда как в узбекских школах – с первого класса. Учебник “Fly High” для 2 класса начинается с прослушивания алфавита, и прописи букв. В данном учебнике представлено большое количество игр, например, с самого первого урока учащимся предлагается с помощью одной буквы алфавита найти целое слово. Задание звучит “**Find and match**”, где в 1 столбике представлено пять прописных букв алфавита, во 2 столбике эти же буквы, но заглавные, в 3 столбце – полное название животных, а в 4 – картинки с животными. Задача учащихся соединить все 4 столбика. Стоит отметить, что во втором классе достаточно редко встречаются разделы с отдельным углубленным изучением лексики, слова в основном изучаются через различные комиксы или игры. Во втором классе изучаются темы: *цвета, цифры, семья*. Также, отметим, что уже во 2 классе встречаются грамматические темы, например, *Present Simple, Present Continuous*, структуры которых учащиеся должны использовать в своей речи.

С самой первой страницы учебника “Kid’s English”, отличительной чертой оказалось то, что его нужно подписать, то есть указать имя, класс, школу и приклеить фотографию. Это очень важно, ведь во 2 классе учащиеся еще недостаточно внимательны и могут с легкостью потерять учебник, а по записи книжка «сможет сама найти своего обладателя». Более того, нами отмечена интересная особенность, что целых 4 юнита учащиеся прописывают буквы, то есть около

трех букв за один урок, но при этом изучаются такие темы, как: *цифры (numbers)*, *цвета (colors)* и *животные (animals)*. Из грамматических тем встречается только *Present Simple*, как и в учебнике “Fly High” 2 и модальный глагол “can”, которого не выявлено в русскоязычных учебниках.

В обоих учебниках по английскому языку в 3 классе встречается больше грамматических тем и упражнений, но в ходе работы выявлены различия. Например, в учебнике “Fly High” 3 Pupil’s Book присутствуют такие грамматические темы, как: *Present Simple*, *Present Continuous*, *Possessive adjectives*, *Adverbs of frequency* и *Plural nouns*, в то время как в учебнике “Kid’s English” 3 для узбекских классов присутствуют лишь *Present Simple*, *обороты have got/has got*, *Prepositions*. Остальные темы в учебнике “Fly High” направлены на чтение, аудирование и отработку произношения, а учебник “Kid’s English” направлен больше на формирование навыков говорения, например, составить диалоги на тему погоды, хобби или узнать чей-либо номер телефона.

Говоря об учебниках для 4 классов, можно сказать, что учебник все такой же красочный, нацеленный на отработку всех видов речевой деятельности. Информация подается в простой игровой форме, но программа уже более усложненная, так как начинается углубленное изучение грамматики. Например, присутствует *Past Simple*, *обороты there was/ there were*, *Possessive pronouns*, *Infinitive of purpose*. В учебнике появляется больше текстов, диалогов, которые ставят целью развитие навыков монологического и диалогического высказывания, а также формирование навыков чтения. Самой основной целью различных текстов является пополнение общего или тематического словарного запаса, тренировка в произношении слов и выражений, закрепление правил английской грамматики путем разбора типичных примеров встречающихся в тексте и их многократное повторение с целью запоминания. Выявлены некоторые отличия от учебника “Kid’s English” 4, например, в нем еще не затрагивается тема *Past Simple*, но из грамматических тем в данном учебнике присутствуют *Possessive Case*, *Present Continuous*, *модальный глагол “can”*.

Таким образом, проанализировав учебники для русских и для узбекских классов, мы можем сделать вывод, что с 1 по 3 классы наблюдается совпадение многих тем, игр, диалогов. Начиная с 4 класса, имеются различия в предлагаемом грамматическом материале. Стоит отметить, что в учебнике для русских классов “Fly High” нет объяснений правил грамматики на русском языке, когда в учебнике “Kid’s English” для узбекских классов объяснения присутствуют на узбекском языке. В обоих учебниках нет справочника с правилами в конце учебника, что может затруднить целостное представление о языковом материале у учащихся. Интересно отметить, что в учебнике “Kid’s English” в конце не представлен словарь, то есть во время выполнения упражнений, обучающегося необходимо будет снабдить дополнительными средствами и учебно-методическими материалами. В учебнике “Fly High” он имеется, что облегчает выполнение многих заданий.

Отличительной особенностью УМК “Kid’s English” являются задания на реализацию национально-регионального компонента. Как уже было сказано ранее, учебник “Kid’s English” направлен на развитие разговорной речи, в то время, когда в учебнике “Fly High” большее внимание уделяется навыкам чтения, письма

и грамматики. Программа двух учебников “Fly High” и “Kid’s English” в достаточной степени направлена на успешное ведение коммуникативной деятельности.

Важно отметить, что УМК “Kid’s English” успешно решает задачу по формированию у младших школьников этнокультурной компетенции как проводника в представлениях своей страны, родной культуры в условиях иноязычного межкультурного общения, а также приобщения их к новому социальному опыту с использованием иностранного языка.

ЛИТЕРАТУРА

1. Буранова Д.Д. Некоторые особенности обучения иностранным языкам: опыт Узбекистана / Д.Д. Буранова. – Молодой ученый, 2013. – №12 (59). – С. 64–65.
2. Верещагин Е.М. Психологическая и методическая характеристика двуязычия (билингвизма) / Е.М. Верещагин. – М.: Изд-во Московского университета, 1969. – 45 с.
3. Выготский Л.С. Умственное развитие детей в процессе обучения / Л.С. Выготский. – М.: Наука, 1935. – 53 с.
4. Гармонично развитие поколение – основа прогресса Узбекистана. – URL: <https://www.postda.uz/ru/news/spirituality/spirituality/barkamol-avlod-porlok-kelazak-va-tarakkiet-garovi> (дата обращения: 15.03.2020).
5. Есипович К.Б. Управление познавательной деятельностью учащихся при изучении иностранного языка в средней школе / К.Б. Есипович. – Ташкент: Укитувчи, 2008. – 102 с.
6. Постановление Президента Республики Узбекистан «О мерах по дальнейшему совершенствованию системы изучения иностранных языков». – URL: <https://lex.uz/docs/2126030> (дата обращения: 13.03.2020).
7. Розенцвейг В.Ю. Языковые контакты / В.Ю. Розенцвейг. – Л.: Наука, 1972. – 82 с.).
8. Сабирова Д.Р. Модернизация содержания и технологий обучения иностранному языку средствами этнорегионального компонента / Д.Р. Сабирова. – Вестник Татарского государственного гуманитарно-педагогического университета, 2010. – № 4 (22). – С. 314–318.
9. Султан Д.С. Современная языковая политика в Республике Казахстан / Д.С. Султан, Д.Р. Сабирова. – Казанский вестник молодых ученых, 2018. – Т. 2. – № 5 (8). – С. 60–62.
10. Учебно-методический комплекс “Fly High” / Charlotte Covill, Rachel Finnie, Danae Kozanoglou and others. – М.: Pearson Longman, 2010.
11. Учебно-методическое пособие [Kid’s English” / М.С. Ирискулов, С. Хан, Л. Камалова и др. – М.: Ташкент, 2016.

ФОРМИРОВАНИЕ ГРАММАТИЧЕСКИХ НАВЫКОВ СТУДЕНТОВ ЯЗЫКОВОГО ВУЗА НА ОСНОВЕ ЛИНГВИСТИЧЕСКОГО КОРПУСА

*Воропаева М.К.
Шангарева Л.Ф.*

Данная статья посвящена способам формирования грамматических навыков студентов языковых вузов при помощи корпусных технологий. В ходе работы нами были использованы такие методы исследования, как анализ трудов отечественных и зарубежных исследователей, структурно-семантический и функциональный анализ языкового материала.

Ключевые слова: корпусная лингвистика; лингвистический корпус; грамматические навыки; конкорданс.

The article is concerned with the methods of forming grammatical skills of the students at language universities using corpus technologies. The following methods of research were used: analysis of the works of Russian and foreign researchers, structural-semantic and functional analysis of the language material.

Key words: corpus linguistics; linguistic corpus; grammar skills; concordance.

Высокое развитие науки в настоящее время позволяет изучать иностранный язык с использованием информационных технологий. В данной работе мы исследуем, как осуществляется обучение иностранному языку при помощи такого интернет-ресурса, как лингвистический корпус.

Цель исследования состоит в том, чтобы использовать корпусные технологии в качестве эффективного метода формирования грамматических навыков у студентов языковых вузов.

I. Понятие «корпус».

Лингвистический или языковой корпус – это большое, обработанное особым образом собрание текстов, применяемое, как база для изучения языка. Сферами его применения являются анализ статистических гипотез и изучение лингвистических правил в языке. Текстовый корпус применяется с целью показать, как различные единицы языка функционируют в большом лингвистическом материале и в контекстной среде. Можно сказать, что в современном образовательном процессе он является важным компонентом информационно-коммуникативной среды при обучении иностранному языку в языковых вузах.

Из многообразия лингвистических корпусов, активно использующихся на сегодняшний день, мы выбрали Британский Национальный Корпус, чтобы исследовать способы формирования грамматических навыков в данной работе.

II. Возможности корпуса в преподавании английского языка.

Преподаватели находятся в постоянном поиске наиболее действенных способов упрощения сложного для восприятия и разнообразного лингвистического материала. Хаотическое разнообразие языка сводится к более организованному,

упорядоченному набору слов различными способами с использованием инструментария, представленного корпусной лингвистикой [17].

Для любого языка характерно явление полисемии. Корпус позволяет определить очень точное значение слова по контексту, в котором оно находится. Управление глаголов, как одну из наиболее сложных для понимания и запоминания грамматических тем в английском языке, можно также показать на конкретных, «живых» примерах, содержащихся в корпусе. Лингвистический корпус также эффективен в осуществлении контроля уже изученного материала. Для этого преподаватель может составить лексико-грамматические задания или тесты, взяв примеры из корпуса.

Поиск в лингвистическом корпусе позволяет составить конкорданс к любому выбранному слову. Конкордасы популярны и широко используются в лингвистике, так как они позволяют эффективно заниматься изучением языка и обрабатывать большие массивы лексического материала.

В зависимости от лингвистической задачи, конкорданс-программа позволяет обрабатывать тексты по поиску слова либо словосочетания. Например, найти в группе текстов варианты использования неопределенных артиклей. Также можно производить поиск по морфеме. В случае запроса найти все слова, оканчивающиеся на «-ed», программа покажет все слова в их контексте.

Конкордансы имеют широкий спектр использования в прикладной лингвистике: при анализе и переводе текста, в лексикографии, при обучении и изучении языка.

Конкордансы помогают решить такие лингвистические задачи, как:

- создание списков слов;
- сопоставление разных использований одного слова;
- поиск и исследование фраз и идиом;
- анализ ключевых слов;
- поиск перевода различных слов и словосочетаний;
- анализ частоты употребления какого-либо слова и словосочетания.

Таким образом, студенту предоставляется доступ к огромному количеству естественных примеров, демонстрирующих грамматические и лексические языковые явления. С ними он может работать как самостоятельно, проводя лингвистические исследования, так и совместно с преподавателем, выполняя заранее приготовленные задания на корпус.

III. Развитие грамматических навыков с использованием корпусных технологий.

При формировании языковой компетенции важную роль играют грамматические навыки. Российский лингвист Е. И. Пассов определяет грамматический навык как «способность говорящего выбирать модель, адекватную речевой задаче и оформлять ее соответственно нормам данного языка» [10, с. 112].

Этот навык имеет две составляющие, первая из которых – навык выбора структуры (функциональная сторона), вторая – навык оформления структуры (формальная сторона).

Первая сторона грамматического навыка определяет способность обучающегося учитывать экстралингвистические факторы выбора наиболее подходящей

структуры высказывания в конкретной ситуации общения [7, с. 174]. Такими могут быть, например, возраст и настроение собеседника, специфический характер отношений между говорящими, этические принципы и другие. Методист убежден, что структуры в сознании человека возникают в связи с определенной речевой задачей.

Формальная сторона грамматического навыка отвечает за учет лингвистических факторов при осуществлении коммуникативного акта. От нее зависит правильность с точки зрения данного языка и скорость речи.

Любая обучающая система, по мнению Е. И. Пассова, направлена на последовательное формирование этих составляющих в последовательности: сначала оформление, потом выбор структуры [11].

Речевые грамматические навыки делятся на продуктивные и рецептивные. Под первыми понимается умение учащегося отбирать и использовать в речи наиболее подходящие грамматические формы и конструкции слов, способность объяснить правило, опираясь при этом на таблицу или схему, знание перевода различных грамматических конструкций с иностранного на родной язык [1, с. 17]. Рецептивные грамматические навыки – это умение прогнозировать грамматические формы, соотносить значение грамматической формы с контекстом, в котором она находится, устанавливать логические, причинно-следственные и временные связи между элементами предложений.

При формировании грамматического навыка необходимо предоставить обучающемуся обширное количество лексического материала. Чтобы довести его до автоматизма, необходимо несколько раз повторять одно и то же действие в разнообразном контексте. Работа с лингвистическим корпусом может обеспечить такой большой объем материала.

Корпусные тенденции достаточно сильно повлияли на методику формирования грамматических навыков. Так, например, благодаря использованию корпуса можно организовать систему обучения грамматике на продвинутом уровне, включающую следующие элементы:

1) Изучение уже известных грамматических формул, но в ракурсе новой смысловой нагрузки.

2) Рассмотрение уже известных речевых интенций, но выраженных новыми грамматическими структурами.

3) Анализ различий между грамматиками устной и письменной речи и т.д.

Далее мы приведем пример одного из упражнений на развитие грамматических навыков при помощи лингвистического корпуса.

Задание 1. Проанализировав значения выражений **in time** и **on time** с помощью лингвистических запросов в BNC (Рис. 1), заполните пропуски в следующих предложениях:

1. The lesson started __ time, at 9 a.m. (on)
2. The company can pick up penalties if the ships are not loaded __ time. (on)
3. The doctor arrived __ time to aid her. (in)
4. *He missed an excellent opportunity to go to that University because he didn't submit her application __ time. (in)*
5. My colleague came just __ time to help me with research. (in)

6. Fortunately, we landed exactly __ time, so we were able to catch our connecting flight. (on)

7. Be right __ time or well have to leave without you. (on)

8. Alice arrived at the station just __ time to see the train draw away from the platform. (in)

In time	On time
A final decision over funding, to be agreed between the state council and the ministry of forestry, is expected by next March in time for China's next five year economic plan. (8)	The next morning the train was, for once, on time (1)
Suppose that the increase in the money supply is announced in time to be included in that agents fully believe the central bank (24)	Main access is by key word on three levels designed to cater for varying approaches depending on time available, the abilities of pupils and the emphasis placed on the theme in each class (17)
Can anyone wonder that disbelief and despondency settled upon many schools in time to give way to anger and protest at the possibility of carrying out tasks that has been imposed on them under impossible conditions (33)	If such a fee is unavoidable, it may be agreed that it should be based on time spent (19)
It started with a piece of foolishness that could have got me into a deal of trouble had I not have had a wise check in time from the inspector (50)	However, we do need to recognize that the staffing requirements are there, making sure that the assessments are done on time , and that people are discharged from hospital (33)

Рис. 1. Пример лингвистического запроса в BNC

Проанализировав примеры в Британском национальном корпусе, обучающиеся могут выделить смысловые оттенки выражений *in time* и *on time*. Первое имеет значение «вовремя (ко времени)». Мы используем выражение *in time*, когда нужно передать, что мы пришли куда-то или сделали что-то к нужному моменту. Говоря *on time*, мы имеем ввиду, что действие произошло в запланированное, установленное, фиксированное время, например, по расписанию.

Таким образом, корпусный подход помогает обучающимся получить непосредственный доступ к огромному количеству аутентичного материала и использовать его для развития грамматических компетенций. При помощи методов корпусной лингвистики, студенты могут увеличивать свой профессионализм, развивать чувство языка, выполнять упражнения с использованием актуальных текстов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Берман И.М. Методика обучения английскому языку / И.М. Берман. – М.: Высшая школа, 1970. – 271 с.
2. Бобунова М.А. Конкорданс XXI В.: Новая старая форма / М.А. Бобунова // Вопр. Лексикографии. – 2016. – № 2. – С.41–54.
3. Гак В.Г. Теоретическая грамматика французского языка / В.Г. Гак. – М.: Добросвет, 2000. – 832 с.

4. *Захаров В.П.* Корпусная лингвистика: Учебник для студентов направления «Лингвистика» / В.П. Захаров, С.Ю. Богданова. – 2-е изд, перераб. и дополн. – СПб.: СПбГУ, РИО, Филологический факультет, 2013. – 148 с.
5. *Исенина Е.И.* Гуманизация обучения в школе: Идеи. Ценности. Методы: Учеб. пособие / Е.И. Исенина. – Иваново: Иван. гос. ун-т, 2007. – 440 с.
6. *Кокорева А.А.* Корпус параллельных текстов в обучении иностранному языку / А.А. Кокорева // Вестник Тамбовского университета. Серия «Гуманитарные науки». – Тамбов.: Изд-во Тамбовского гос. ун-та им. Г. Р. Державина, 2013. – № 02 (118). – С. 57–62.
7. *Колесникова И.Л.* Англо-русский терминологический справочник по методике преподавания иностранных языков / И.Л. Колесникова, О.А. Долгина. – СПб.: БЛИЦ; Cambridge University Press, 2001. – 223 с.
8. *Мустайоки А.* Роль корпусов в лингвистических исследованиях и преподавании языков / А. Мустайоки // Национальный корпус русского языка: Материалы международной конференции. – М., 2007. – 60 с.
9. *Нагель О.В.* Корпусная лингвистика и ее использование в компьютеризированном языковом обучении / О.В. Нагель // Язык и культура. – Томск: Издательство ТГУ, 2008. – № 4. – С. 53–59.
10. *Пассов Е.И.* Коммуникативный метод обучения иноязычному говорению / Е.И. Пассов. – М.: Просвещение, 1991. – 223 с.
11. *Пассов Е.И.* Учитель иностранного языка. Мастерство и личность / Е.И. Пассов, В.П. Кузовлев, В.П. Царонова. – М.: Просвещение, 1993. – 159 с.
12. *Сысоев П.В.* Лингвистический корпус в методике обучения иностранным языкам / П.В. Сысоев // Язык и культура. – Москва, 2010. – № 01 (9). – С. 99–111.
13. *Толстова Т.В.* Корпусная лингвистика в обучении английскому языку делового общения / Т.В. Толстова // Вопросы прикладной лингвистики: Сб. науч. трудов. – М.: Рос. ун-т дружбы народов, 2009. – С. 63–67.
14. *Bernadini S.* Corpora in the classroom: An overview and some reflections on future developments / S. Bernadini // Sinclair J. McH. (ed.) How to use corpora in language teaching. – Amsterdam: Benjamins, 2004. – 308 p.
15. *Crystal D.* The Cambridge Encyclopedia of the English Language / D. Crystal. – Cambridge: Cambridge University Press, 1995. – 491 p.
16. *Leech G.* Computers in English language research / G. Leech, A. Beale // Cambridge language teaching surveys. – Cambridge: Cambridge University Press, 1985. – Vol. 17(3). – P. 5–18.
17. *Scott M.* Textual patterns: Key words and corpus analysis in language education / M. Scott, C. Tribble. – John Benjamins, Amsterdam, 2006. – 203 p.
18. *Sinclair J.* Corpus, Concordance, Collocation / J. Sinclair. – Oxford.: Oxford University Press, 1991. – 179 p.

ОРГАНИЗАЦИЯ ГРУППОВЫХ ВИДОВ РАБОТЫ ПРИ ФОРМИРОВАНИИ НАВЫКА ГОВОРЕНИЯ НА УРОКАХ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА

Гаврильчева Л.А.

Плахова Е.А.

При изучении и преподавании второго иностранного языка, несомненно, важной частью является говорение. Данная статья посвящена методике формирования навыка говорения на уроках английского языка. Затронуты важные условия, которые необходимы для осуществления говорения, а также трудности, с ко-

торами могут столкнуться учащиеся в ходе обучения говорению. Кратко представлены практические рекомендации по организации групповых видов работ при обучении навыкам говорения.

Ключевые слова: образование, учащийся, английский язык, навыки говорения, условия, трудности, групповая работа, практические рекомендации.

Speaking is undoubtedly an important part of learning and teaching a second foreign language. This article is devoted to the method of forming speaking skills at the English lessons. Important conditions that are necessary for the implementation of speaking, as well as difficulties that students may face in the course of learning to speak, are discussed. Practical recommendations on the organization of group work in teaching speaking skills are briefly presented.

Keywords: education, student, English, speaking skills, conditions, difficulties, group work, practical recommendations.

Говорение – это важный навык, который заслуживает большого внимания, как на первом, так и на втором языке, потому что он отражает мысли и личности людей.

Обучение говорению – очень важная часть изучения второго иностранного языка. Умение общаться на втором языке четко и эффективно способствует успеху учащегося в школе и успеху на более поздних этапах жизни. Поэтому важно, чтобы преподаватели языка уделяли большое внимание обучению говорению.

Далее необходимо затронуть пять важных условий (предпосылок), которые необходимы для осуществления говорения [2, с. 157]:

1. Наличие речевой ситуации, являющейся стимулом к говорению.
2. Наличие знаний о компонентах ситуации, что способствует мыслительным процессам говорящего, а также определяет то, что он говорит.
3. Само отношение к объекту речи, которое в целом зависит от прошлого опыта субъекта, чувств, системы его взглядов, т.е. можно сказать, что от сознания человека. Это и объясняет мотив говорения, т.е. почему данный субъект совершает данный речевой поступок.
4. Наличие цели передачи мыслей, т.е. почему человек говорит в определенной ситуации.
5. Наличие средств для выражения мыслей и чувств, средств выражения отношения и достижения цели речевого акта.

Таким образом, говорение является продуктивным видом речевой деятельности, при помощи которого мы можем производить устное общение. Содержание говорения – это выражение мыслей в устной форме.

Проблема плохого говорения является ключевой во многих странах, и Россия не является исключением. Именно поэтому российские авторы уделяют большое внимание проблеме обучения и формирования навыков говорения у учеников, поскольку английский язык стал очень популярным в нашей стране и необходимо развивать коммуникативную компетентность обучающихся. Мы можем назвать

таких известных исследователей этой области, как И.А. Зимняя, Н.Д. Гальскова, Н.И. Гез, Е.И. Пассов, Г.В. Рогова, А.Н. Щукин, В.Л. Скалкин и др. Некоторые из них (И.А. Зимняя, Н.Д. Гальскова) подчеркивают необходимость интеграции коммуникативного и личностно-прагматического подходов и предлагают связать аспекты *ELT (English Language Teaching)* с личностно-психологическими особенностями обучающихся. Учителя должны создавать мотивацию к общению (Г.В. Рогова), используя различные формы инсценировки / импровизации в соответствии с интересами учащихся [1, с. 95]. А.Н. Щукин выделяет такие методы, как проекты (ролевые игры, творческие работы, которые включают в себя композицию, перевод, рендеринг и т.д.) [3, с.110].

В целом, для обучения и повышения эффективности говорения обучающихся, педагогу необходимо предпринять следующие шаги:

- Предоставьте ученикам максимальную возможность говорить на целевом языке.

- Уделите достаточно времени разговорной и фонетической подготовке студентов.

- Никакого ругательства, а скорее обеспечение дружественной обстановки.

- Сократите время выступления учителя в классе, одновременно увеличивая время выступления ученика.

- Используйте практические и применимые стратегии преподавателей для учащихся, говоря на английском языке большую часть времени.

- Указывайте положительные моменты при комментировании ответа обучающегося.

- Развивайте в учениках смелость и уверенность задавать вопросы своим учителям.

- Не забывайте о поощрении и мотивации для учащихся.

- Диагностируйте проблемы, с которыми сталкиваются учащиеся, испытывающие трудности в самовыражении на изучаемом языке, и предоставьте им больше возможностей для практики разговорного языка.

- Поощряйте прослушивание CNN и BBC, будьте в курсе последних событий.

Если учителя примут эти правила во внимание и постараются использовать их в своей работе, то они смогут развить коммуникативную компетентность учащихся и улучшить их речевые способности.

Далее попробуем изучить основные трудности и наиболее распространенные ошибки, с которыми сталкиваются русскоязычные студенты при изучении английского языка.

Главной целью обучения говорению является развитие коммуникативной эффективности. Когда учащиеся пытаются выразить свои мысли, возникает некое колебание и нерешительность; фразы клише, которые заполняют паузы, много повторов и частая неопределенность, поскольку говорящий ищет наиболее удобное сочетание элементов, чтобы выразить свой предполагаемый смысл.

Эти трудности возникают из-за отсутствия интереса к предмету, плохой практики слушания, недостаточного словарного запаса или отсутствия уверенности в себе и боязни ошибиться.

1) *Отсутствие интереса к предмету (данной теме):*

Большинство обучающихся в классах иностранных языков молчат, так как им «нечего сказать». Это может быть связано с тем, что учитель выбрал тему, о которой ученики знают очень мало.

2) *Плохая практика слушания:*

Учащийся может набраться опыта самовыражения на иностранном языке при разговоре. Таким образом, не слушая собеседника, он не понимает достаточно информации в сообщении, чтобы иметь возможность внести дальнейший вклад в обсуждение.

3) *Недостаточный словарный запас:*

Большинство учеников испытывают трудности в использовании соответствующих слов при выражении своих мыслей, поэтому они используют простую форму языка.

4) *Использование родного языка:*

Учащиеся, изучающие иностранный язык, как правило, используют родной язык вне и даже внутри класса, потому что они чувствуют себя более комфортно и менее подвержены воздействию изучаемого языка.

5) *Отсутствие уверенности в себе и боязнь ошибиться:*

П. Ур (P.A. Ur) утверждала, что «на уроке иностранного языка слишком легко создать подавленность и тревогу». Такие факторы относятся к чувству застенчивости и боязни ошибиться, что связано с развитием коммуникативных навыков и чувством языковой неполноценности. Она утверждает, что: «ученики часто сдерживаются в попытках говорить что-то на иностранном языке в классе. Волнуются, совершают ошибки, боятся критики, или просто стесняются того внимания, которое привлекает их речь» [5, с. 23].

6) *Неравность участия:*

Есть некоторые учащиеся, которые, как правило, доминируют и занимают почти все время разговора остальных учеников. Однако другие предпочитают говорить только в том случае, если они уверены, что то, что они скажут, является правильным, но есть и те, которые совсем молчат, то есть не проявляют никакого интереса или участия на протяжении всего урока. Дж. Хармер (J. Harmer) предлагает распределить слабых участников по группам и позволить им работать вместе. В таких случаях они не будут прятаться за сильными участниками, и тем самым учитель сможет добиться высокого уровня участия [4, с. 94].

Далее вкратце следует затронуть информацию о пользе и важности организации групповых видов работ для обучения говорению. Есть много преимуществ использования групповой работы для обучения:

- они позволяют студентам учиться друг у друга;
- учащиеся разных уровней могут помогать и поддерживать друг друга;
- они могут быть особенно полезны для практики говорения на английском языке.

Примерами речевых упражнений, которые развивают коммуникативные навыки, являются ролевые игры, интервью и дискуссии. Парная или групповая работа, в которой студенты проводят интервью друг с другом, может быть хорошим способом использования английского языка для общения.

Для проведения групповых обсуждений с учащимися выполните следующие шаги:

1. Попросите учеников поделиться идеями по теме для обсуждения. Напишите идеи на доске и попросите студентов выбрать тему.

2. Напишите несколько полезных фраз на доске. Дайте студентам несколько минут, чтобы сделать заметки по этой теме.

3. Соберите учеников в небольшие группы, из четырех или пяти человек. Попросите каждую группу выбрать главного, который будет делать заметки во время обсуждения.

4. Попросите учеников обсудить эту тему.

5. Пока студенты обсуждают, старайтесь выслушать как можно больше групп.

6. Как только время подойдет к концу, скажите ученикам, чтобы они закончили обсуждение.

7. Попросите главного участника в каждой группе сделать небольшой доклад о ходе обсуждения.

8. Дайте студентам некоторую обратную связь по поводу их выступления и работы. Реагируйте на то, что сказали ученики, и не забывайте их хвалить.

Таким образом, мы можем сделать вывод, что умение говорить на английском языке – это навык, который будет полезен многим ученикам в их личной и трудовой жизни вне школы и за ее пределами. Для того чтобы развить этот навык, учащимся потребуется много практики в разговорной речи. Одним из способов достижения этой цели – работа учеников в парах или небольших группах. Эти виды деятельности помогут студентам развить навыки, необходимые им для того, чтобы принимать участие в реальных беседах на английском языке. Групповые занятия по развитию речевых навыков принесут значительную пользу студентам и заставят их осознать важность развития речевых навыков для их будущих карьерных потребностей.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Рогова Г.В.* Методика обучения иностранным языкам в средней школе / Г.В. Рогова, Ф.М. Рабинович, Т.Е. Сахарова. – М.: Просвещение, 1991. – 287 с.

2. Что значит знать язык и владеть им (под ред. Н.М.Шанского) / Н.М. Шанский, И.Л. Резниченко, Т.С. Кудрявцева и др. – Л.: Ленинградское Отделение, 1989. – 192 с.

3. *Шукин А.Н.* Современные интенсивные методы и технологии обучения иностранным языкам / А.Н. Шукин. – М.: Филоматис, 2010. – 186 с.

4. *Harmer J.* How to Teach English / J. Harmer. – Longman Press., 2001. – 198 с.

5. *Ur P.A.* Course in Language Teaching: Practice and Theory / P.A. Ur. – Cambridge: CUP, 2000. – 389 с.

НЕПРЕРЫВНОЕ БИЛИНГВАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ В КОНТЕКСТЕ СОВРЕМЕННОСТИ

Доровских В.А.

Данная статья посвящена изучению феномену билингвизма, а также состоянию и перспективам развития непрерывного билингвального образования в современном мире. Рассматриваются особенности данного вида образования и его от-

личительные черты, способствующие коммуникативному развитию личности и поликультурному воспитанию.

Ключевые слова: коммуникация, билингвальное образование, билингвизм, языковое обучение, иностранный язык.

This article is devoted to the study of the phenomenon of bilingualism, as well as the state and prospects for the development of continuous bilingual education in the modern world. The article considers the features of this type of education and its distinctive features that contribute to the communicative development of the individual and multicultural education.

Keywords: communication, bilingual education, bilingualism, language training, foreign language.

Ни для кого уже не секрет, что процесс глобализации затронул все страны нашей большой планеты. Нет такого места, где никто бы не знал о том, что существуют люди, говорящие на другом языке, чья культура отличается от их собственной, где смотрят на мир немного под другим углом.

Все стараются шагать в ногу со временем, а так как этот процесс происходит везде, то он затрагивает абсолютно все стороны жизни: появляются интернациональные пары, у которых рождаются дети, люди путешествуют и меняют место жительства, идет сотрудничество с сфере политики, экономики, культуры и, конечно же, просто социальное взаимодействие.

Такие изменения не могут не затрагивать и не менее важную отрасль – образование. Ведь этот важный этап в жизни каждого индивидуума, когда закладываются основы для его дальнейшего будущего, которое поможет человеку реализоваться. Но каким же оно должно быть? На что ориентироваться и к чему стремиться при обучении? Что действительно важно?

Любое образование нацелено на развитие конкурентоспособной личности с широким кругозором и универсальными знаниями. Конечно, это не значит, что все должны решать интегралы или знать все виды растений в мире, если это не их стезя, но знание языков – это то, что, несомненно, ценится вне зависимости от рода деятельности. Огромным преимуществом обладает человек, который с детства может говорить на двух языках. Даже если это правда лишь отчасти, но учить язык неосознанно в детстве намного проще, чем позднее в сознательном возрасте, когда не хватает мотивации, терпения и времени на поистине важные вещи.

Поэтому многие родители заинтересованы в изучении детьми сразу двух языков. Но что же такое билингвизм в самом деле? Существует множество определений данного понятия. Так, Ж. Марузо в своем словаре дает следующую трактовку: «Билингвизм – это свойство лица (или населения), свободно владеющего двумя языками, причем нельзя сказать, какой из языков это лицо (или население) знает лучше» [2].

В.П. Белянин выводит сразу два понятия в своей книге: 1) «Билингвизм – это употребление нескольких языков в пределах определенной социальной общности» (национальный билингвизм), и другое 2) «Билингвизм – это употребление

индивидуумом нескольких языков, каждый из которых выбирается в соответствии с конкретной коммуникативной ситуацией» (индивидуальный билингвизм) [1].

Однако такой подход не раскрывает всей сущности билингвизма, так как не учитывает многие аспекты. Исследования в этой области ведутся учеными из различных областей: лингвистики, психолингвистики, этнологии, психиатрии, филологии, нейрофизиологии, а потому каждая наука ставит в приоритет определенную составляющую, предлагает свой подход. К примеру, еще У.Макей, известный канадский лингвист, говорил о том, что «билингвизм нельзя описать только в рамках лингвистики, их необходимо преодолеть» [6]. И действительно, объем теории, доступной на данный момент, охватывает интерес не одной науки, а сразу нескольких. Но сказать, что все они смежные тоже нельзя. В этом и кроется феномен билингвизма – он объединяет знания в разных отраслях на двух (или более) языках.

Часто под определением «билингвальное образование» люди подразумевают систему школ в рамках Европейского союза, что после завершения обучения дает возможность поступить в любой университет ЕС, благодаря получению европейского диплома. Из чего можно сделать вывод, что система должна быть не только динамичной и гибкой, но и охватывать учебную программу на иностранном языке, а также должна приобщать обучающихся к культурам тех стран, языки которых являются средством обучения.

Именно такой подход интересует родителей чаще – междисциплинарная универсальность на разных языках. Например, известный Youtube блогер J. Rog (Женя Rog) заинтересована именно в таком обучении, так как ее дети – билингвы (корейский и русский). Сама она востоковед по образованию со знанием 5 языков, так что она понимает насколько важно иметь всестороннее развитие. Образование на русском не является, к сожалению, общедоступным в Южной Корее, поэтому выходом в данной ситуации является онлайн-курсы с участием российских учителей, как для сына, так и для дочери, хотя дети интересуются разными областями науки. Это пример того, что билингвальное образование – это инвестиция в будущее ребенка, которая начинается набирать интерес среди современных родителей.

Стоит отметить, что данная система может быть непрерывной, то есть состоять из ступеней (или уровней): дошкольное образование, школьное, вузовское, курсы повышения квалификации и т.д. Это еще одно из преимуществ данного вида образования, так как можно приобщиться к нему в любом возрасте, что, конечно, не может не радовать, ведь в детстве не всегда понятно, чего ты хочешь от дальнейшей жизни и зачем тебе это нужно. А постепенный, плавный переход от ступени к ступени, его непрерывность всегда позволяет адаптации в языковой среде проходить проще.

Билингвальное образование очень схоже с языковым, и многие люди не отдают им, но между ними есть тонкая грань. Языковое образование нацелено на помощь иностранцам, которые сменили место жительства. Так, например, в Соединенных Штатах Америки для иммигрантов в школах проводятся занятия на их родном языке, и после них они идут на уроки языка страны пребывания. Немаловажным является тот факт, что такое образование чаще всего ограничено дошкольным и школьным ступенями образования, и если вы переезжаете в страну

в более зрелом возрасте, то процесс интеграции будет несколько затруднен. В билингвальном образовании язык выступает в качестве средства обучения, а в языковом – изучается как предмет. В этом и заключается коренное различие между данными видами образования. И если языковое обучение, скорее, – вынужденная мера, которая помогает при адаптации, то билингвальное – подспорье в будущей жизни, когда перед тобой открываются большие возможности, а вот воспользоваться ими или нет – индивидуальный выбор каждого.

В отечественной практике, к сожалению, данный вид образования не пользуется популярностью. Однако МОУ «Псковская лингвистическая гимназия» г. Пскова, открытая в 1993 г., является примером билингвального образования. Обучение там начинается с 5 лет и заканчивается в 18, а также включает в себя дошкольное и школьное образование. Особенностью данного учебного учреждения является «двойное образование» – обучение ведется по двум учебным планам. Первый отвечает обязательному образовательному плану Российской Федерации и языком обучения является русский. Другой учебный план – план Международной школы и предметы преподаются на английском языке.

Какие плюсы билингвального образования? После окончания школы ученики в обязательном порядке сдают ЕГЭ, что позволяет им поступить во все российские вузы, а международный сертификат открывает возможности поступления в университеты Европы и США. По стандартам Международной школы с 4 класса обязательным является изучение второго иностранного языка, но им уже не может быть английский, а потому дается на выбор другой (немецкий или французский), что в свою очередь будет уже третьим языком обучающихся. Помимо обязательных предметов есть факультативные занятия шведского, эстонского, французского и немецкого языков. Для углубленного изучения языков существуют элективные курсы, такие как «Теория и практика перевода по английскому языку» и «Изучаем немецкий с молодежным журналом “Vitamin de”» (здесь приведены только факультативные и элективные языковые занятия; также есть множество других). Приятным бонусом станут открытые возможности, ведь станут доступными вузы не только России, но и за рубежом. Например, выпускники МОУ «Псковская лингвистическая гимназия» обучаются в Стокгольмском университете (Стокгольм, Швеция) и Сорбонне (Париж, Франция).

Создание системы непрерывного билингвального образования всегда придерживается одной и главной для данного вида обучения цели – формирование у обучающихся такого набора компетенций, который бы позволил им в дальнейшем интегрироваться не только в европейское культурное сообщество, но и в мировое в целом, впитывая, понимая и принимая его таким, какое оно есть, а также привнося лучшие образцы культуры своей Родины. Это приводит всегда и к обогащению своего внутреннего мира – появляется новый опыт межкультурного и социального взаимодействия, расширяется кругозор и эмоциональный диапазон, что позволяет человеку достичь больших высот в жизни.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Белянин В.П.* Психоллингвистика / В.П.Белянин. – М.: МПСИ, 2003. – 232 с.
2. *Марузо Ж.* Словарь лингвистических терминов / Ж.Марузо. – М.: Иностранная литература, 1960. – 439 с.

3. *Суровцова Е.И.* Поликультурная образовательная среда как феномен современной духовной жизни общества / Е.И.Суровцова // Педагогическое образование в России. – Нефтеюганск: УрГПУ, 2014. – № 7. – 6 с.

4. *Хабарова Л.П.* Билингвальное образование в высшей школе: зарубежный и отечественный опыт / Л.П. Хабарова // Известия ПГПУ им. В. Г. Беллинского. – Пенза: ПГУ, 2011. – № 24. – С. 846–852.

5. *Ширин А.Г.* Билингвальное образование в отечественной и зарубежной педагогике: автореф. дис. док. пед. наук: 13.00.01 / А.Г. Ширин. – Великий Новгород, 2007. – С. 13–21.

6. *Mackey W.F.* A description of bilingualism / W.F. Mackey // Reading in the sociology of language. – ed. by J.A. Fishman. – Den Haag: Mouton, 197. – 555 p.

ОСОБЕННОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МУЛЬТИМЕДИЙНЫХ СРЕДСТВ ОБУЧЕНИЯ В ПРОЦЕССЕ ФОРМИРОВАНИЯ НАВЫКОВ УСТНОЙ РЕЧИ

*Закирова Р.З.
Гайнутдинова А.З.*

Статья рассматривает использование мультимедийных средств обучения при формировании лексических навыков и навыков устной речи у учащихся среднего школьного звена на уроках английского языка.

Ключевые слова: учащийся, лексический навык, мультимедийные средства обучения, устная речь, психологические особенности, средняя ступень обучения.

The article considers the use of multimedia in the formation of lexical skills and speaking skills of secondary school students in the English language classes.

Key words: student, lexical skill, multimedia, oral speech, psychological features, secondary school.

Современная методика преподавания иностранных языков отличается тем, что в настоящее время отводит значительную роль мультимедийным технологиям: преподаватели и учащиеся все чаще используют электронные учебники и словари, интерактивные пособия, презентации, различные Интернет-ресурсы и т.д. Данные технологии способствуют более прочному усвоению информации, учащиеся гораздо лучше усваивают новый материал и закрепляют уже имеющиеся знания, т.к. при использовании мультимедийных средств повышается их заинтересованность в изучаемом предмете. Также, введение в процесс обучения мультимедийных ресурсов позволяет сохранять больше времени, ведь учителям не приходится долго искать и подбирать материал для своих занятий.

Главной составляющей обучения иностранному языку является то, что человеку нужно сформировать умения иноязычной речевой деятельности. В школе, когда дети только начинают знакомиться с иностранным языком, они, как правило, не имеют непосредственного контакта с носителями языка и оказываются в формальной атмосфере и учебной обстановке, что изначально сковывает их [4].

Таким образом, низкий уровень владения устной иностранной речью обуславливается тем, что у людей нет достаточной мотивации, чтобы использовать неродной язык каждый день в процессе свободного межличностного общения, иностранной язык не выступает для них в роли средства естественного выражения своих мыслей и мнений. При обучении иностранному языку необходимо следовать в направлении от речи к языку, ведь только в данном случае тот, кто изучает язык, получит достаточное развитие своих речевых навыков и умений, однако во многих школах можно наблюдать обратную картину: учителя уделяют огромное внимание теоретическим аспектам, а до практики устной речи на иностранном языке, в большинстве своем, так и не доходят, из-за чего в дальнейшем учащиеся испытывают большие проблемы в виде неуверенности, когда дело доходит до устной речи на изучаемом иностранном языке [5].

В школе изучаются основы иностранного языка, формируются базовые навыки выражения собственных мыслей и для того, чтобы овладеть хорошим уровнем знания английского языка и уметь уверенно на нем изъясняться, им необходимо много и упорно работать самостоятельно. Однако, процесс обучения устной речи на иностранном языке в школе тоже должен быть интересен детям и для этого учителю необходимо обеспечить своих учеников различными заданиями, благодаря которым учащиеся захотели бы сами тянуться к изучению неродного языка [2].

Учителям бывает сложно создавать искусственную языковую среду на уроках английского языка, что является одной из важных проблем в современной методике обучения. С этой проблемой также связаны затруднения в реализации массовости в обучении двум из четырех фундаментальных видов речевой деятельности, а именно аудированию и говорению. Кроме того, учитель не только ставит перед собой цель обучить своих учеников навыкам устной речи, он также видит необходимым поспособствовать обогащению их словарного запаса, чтобы речь учащихся была разнообразна и естественна. При взаимодействии «человек–человек» всегда происходит активизация устной речи, поэтому, на наш взгляд, на уроках учителю необходимо применять интерактивные приемы, чтобы стимулировать учащихся к устному общению. Интерактивность на уроках английского языка, которую могут обеспечить мультимедийные средства обучения, которые, в свою очередь, в последнее время становятся неотъемлемой частью занятий в школе, способствуют комфортной атмосфере расслабленности и покоя – в таких условиях ученикам гораздо проще открыться и проявлять себя в учебном процессе.

Ю.Н. Дрешер определяет мультимедийные обучающие технологии как совокупность технических средств обучения, которые являются носителями информации, – они обеспечивают преобразование звуковой и визуальной информации из непрерывной в цифровую информацию для последующего хранения, а также обработки и преобразования обратно для того, чтобы человек мог без проблем и полно воспринять данную информацию [3].

Технологии мультимедиа помогают учащимся в их деятельности на уроках, дети могут поучаствовать в общении с носителями языка, – благодаря своего рода симуляции на занятиях, у них есть возможность ощутить, как проходит коммуникация на иностранном языке в реальной жизни. Учителям, в свою очередь, такие технологические нововведения дарят возможность взаимодействия со своими

коллегами, с которыми они могут обмениваться личным наработанным опытом и различными педагогическими материалами не только в рамках своего учебного учреждения, но и по всему миру. Функции, определяющие назначение технологичной мультимедиа, их физические принципы, логика устройства и работы, характер, по которому представляется информация и материал, а также особенности воздействия на учеников и их органы чувств и различные типы обучения – это те признаки, которые могут лечь в основу классификации технических средств обучения [1].

Мультимедийные средства дают возможность погрузить учащихся в атмосферу, близкую к той, которая возникает при реальном общении с носителями языка. Посредством воспроизведения аудиодорожек на иностранном языке, учащиеся получают возможность услышать свободную иностранную речь. Учитель может адаптировать воспроизведение под потребности своей аудитории, замедляя электронную речь, разбивая поток речи на отдельные части, чтобы ученикам было проще понять смысл сообщения, или делая паузы в необходимых местах. Существует широкий ряд подобных дисков, содержащих различную обучающую информацию и подходящую для различных возрастов и уровней подготовленности учащихся. Зачастую они приводят к положительным результатам учащихся, так как их использование мотивирует детей, вызывает неподдельный интерес к предмету, положительно сказывается на расширении их кругозора и активизирует внимание и стремление к ответам на уроках. Как правило, детям нравятся уроки с использованием информационных технологий. Учитель может использовать различные виды задач на своих уроках: ситуативные, игровые, проблемные и т.д. Благодаря применению различных видов деятельности, ученики испытывают положительные эмоции во время занятия, что повышает их интерес, а следовательно, они стараются решить поставленную задачу, применяя различные способы, знания, умения и навыки.

В процессе нашего исследования было рассмотрено и проанализировано использование таких мультимедийных средств, как подкасты на английском языке **VOA Special English** (Voice of America Special English), которые могут применяться преподавателями на занятиях для обогащения словарного запаса учащихся и улучшения навыков устной речи на среднем и старшем этапах обучения. Учащиеся часто подвергнуты ограниченному объему языковой информации, т.к. система образования обычно нацелена на экзамен, что побуждает учеников читать специализированные книги, которые фокусируются на распознавании словарных единиц, грамматике и понимании прочитанного. К сожалению, подобные упражнения ограничены в своей информационной нагрузке, и, выполняя однотипные задания, учащиеся теряют интерес к изучению языка. Отсутствие продуктивной практики также влечет за собой неутешительные последствия – ученики вынуждены заниматься, в основном, чтением и аудированием, и лишь иногда говорением и письмом. Данные подкасты развивают все четыре навыка. Благодаря им учащиеся со временем овладевают таким словарным запасом, который активно используют в своей речи на иностранном языке, иными словами, их накопленный лексикон становится доступным как для устной, так и для их письменной речи. Разработанная технология включает в себя словарь, составленный из основных, базовых слов и словосочетаний, которых всего насчитывается полторы тысячи.

Все они активно используются учащимися на занятиях во время обсуждения после прочтения или прослушивания интересных топикиов на самые различные темы, начиная от новостных сводок и культуры, и заканчивая наукой и технологиями. К преимуществам VOA Special English относятся: свободный доступ в Интернете, экономия времени и усилий при поиске подходящих материалов по английскому языку, большое количество подкастов, касающихся различных сфер жизни и интересов молодежи (Art & Culture, Science & Technology, Education, Health & Lifestyle, History, News, Daily Issues и т.д.), предоставление широких возможностей для обучения устной и письменной речи. Данная программа побуждает учащихся к изучению английского языка с помощью своих интересных и информативных подкастов, наполненных лексикой, которую часто используют сами носители языка в своей устной речи для обсуждения насущных проблем во всем мире, и, таким образом, предоставляет учащимся возможность использовать свой словарный запас для ведения естественного общения на иностранном языке, что резко контрастирует с темами в школьных учебниках. Когда материал интересен, учащиеся с большей вероятностью будут включаться в выполнение заданий и лучше усваивать их содержание. Ниже приведен пример работы учащихся с одной из ступеней данной программы:

1. учащимися, без опоры на скрипт, трижды прослушивается подкаст на английском языке, который был выбран заранее; прослушивая текст, они выписывают в тетрадь основные слова и словосочетания;

2. обсуждая ранее выбранную тему, учащиеся делятся на пары и ведут диалог, используя слова и фразы из своих тетрадей;

3. учитель проецирует скрипт на экран для того, чтобы ученики, дважды прослушав подкаст, могли еще раз изучить сложные незнакомые слова и понятия;

4. далее следуют упражнения на отработку устной речи без опоры на скрипт, для выполнения которых учащиеся делятся на пары или группы (четыре человека в каждой), например, выстраивая диалог, в ходе которого они задают и отвечают на вопросы, переводят предложения и фразы из текста, благодаря чему пополняют свой словарный запас новыми лексическими единицами, и таким образом, практикуют свою устную речь;

5. наконец, учащиеся выполняют упражнения 4/3/2 (ученики делятся на группы по четыре человека и переключаются между тремя партнерами, рассказывая одну и ту же историю, каждый раз уменьшая время своего рассказа, например, начиная с четырехминутной истории и заканчивая двухминутной), ориентированное на свободный разговор на английском языке, или в качестве альтернативы они могут написать, как можно больше об услышанном подкасте за пятнадцать минут.

VOA Special English является доступным и простым средством обучения английскому языку. Учителя, использующие данный ресурс на своих занятиях, отмечают, что учащимся становится легче воспринимать англоязычную речь на слух, т.к. базовый словарь программы состоит всего из 1500 часто употребляемых слов, а дикторы, в свою очередь, читают тексты достаточно медленно и четко, выговаривая каждое слово. Также ученики совершенствуют навыки произношения, подражая записанной речи носителей, которую учитель может остановить или перемотать на нужный момент, в случае если информация была не ясна с первого раза. Учащиеся, как правило, заинтересованы в такого рода упражнениях и с охо-

той включаются в процесс обучения, прочно закрепляя свои навыки иностранной устной речи и применяя их после на практике во время обсуждения прослушанных подкастов. Таким образом, спустя какое-то время для них не составляет труда не только понимать различные неадаптированные радио- и телепередачи, но также и вести беседу на заданную тему самостоятельно.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Аймбетов М.Т.* Мультимедиа технологии в образовании / М.Т. Аймбетов, А.О. Байтуганова, Л. Каужан. – URL: <http://moluch.ru/archive/123/34439/> (дата обращения: 25.12.2019).
2. *Арчегова С.З.* Обучение устной речи на уроках иностранного языка / С.З. Арчегова. – URL: <https://moluch.ru/archive/123/34439/> (дата обращения: 04.02.2020).
3. *Дрешер Ю.Н.* Применение мультимедийных технологий в образовательном процессе / Ю.Н. Дрешер. – URL: <http://www.gpntb.ru/win/inter-events/crimea2007/cd/153.pdf> (дата обращения: 04.02.2020).
4. *Пассов Е.И.* Проблемы коммуникативных методов обучения иноязычной речевой деятельности / Е.И. Пассов. – М.: Воронеж, 1992. – 96 с.
5. *Пассов Е.И.* Прогрессивная концепция иноязычного образования / Е.И. Пассов. – М.: Титул, 2000. – 47 с.

ФОРМИРОВАНИЕ ЛЕКСИЧЕСКИХ НАВЫКОВ У СТУДЕНТОВ ЯЗЫКОВОГО ВУЗА С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ЛИНГВИСТИЧЕСКИХ КОРПУСОВ

*Калимуллина Д.Ф.
Зорина А.В.*

В данной статье описан дидактический потенциал лингвистических корпусов для развития лексических навыков студентов языкового вуза, а также разработаны примеры заданий с использованием лингвистических корпусов для развития лексических навыков у студентов, которые могут быть использованы в рамках учебных дисциплин по иностранному языку.

Ключевые слова: лингвистический корпус, лингводидактика, развитие лексических навыков, корпусная лингвистика.

The article describes the didactic potential of linguistic corpora in developing lexical skills of the students of a linguistic university. Also we have developed sample practice tasks using linguistic corpora, aimed at enhancing students' English lexical skills. They can be used as assignments within the foreign language syllabus.

Key words: linguistic corpora, foreign language teaching, vocabulary skills development, corpus linguistics.

Корпусная лингвистика – дисциплина, которая появилась относительно недавно, в 1960-е годы в Университете Брауна, на пересечении языкознания и информационных технологий. В последние годы в ее развитии и применении в об-

учении наблюдается интенсивный рост. Зарубежные ученые утверждают, что за несколько десятилетий она превратилась в один из основных разделов языкознания, несмотря на отсутствие признания со стороны ряда ученых, скептически рассматривающих появление информационных технологий в лингвистике [7].

Поскольку корпусная лингвистика зародилась в США, а именно в Брауновском Университете лингвистами У.Френсис и Г.Кучера, рассмотрим определения лингвистического корпуса в зарубежной науке.

Д. Байбер, С. Конрад и Р. Реппен подчеркивают, что важной характерной чертой любого лингвистического корпуса является наличие единого принципа или ряда принципов, по которым он собран [4]. Это качество означает, что тексты, содержащиеся в данных корпусах, попадают туда не случайным образом. В доказательство этому приведем определение Т. Мак Энери и Э. Уилсон, которое они дали еще в 1906 г.: «Корпус в современной лингвистике в отличие от любого набора текстов может быть более точно определен как ограниченный по объему набор электронных текстов, собранных с целью максимально точно представлять исследуемый вариант языка» [3, с. 7].

Согласно В.П. Захарова и С.Ю. Богдановой, под лингвистическим, или языковым, корпусом текстов понимают представленный в машиночитаемом виде большой «унифицированный, структурированный, размеченный, филологически компетентный массив языковых данных, предназначенный для решения конкретных лингвистических задач» [2, с. 3].

Данные характеристики лингвистических корпусов делают последние незаменимым инструментом для изучения актуальной грамматики и лексики иностранного языка. Поэтому рассмотрим дидактический потенциал лингвистических корпусов.

Одной из важных целей обучения иностранному языку является формирование коммуникативных умений и навыков, то есть способности и готовности осуществлять иноязычное межличностное и межкультурное общение с носителями языка. Достижение данной цели невозможно без овладения лексикой. Качественно выработанные лексические навыки – залог успешной коммуникации на иностранном языке.

В рамках лексического подхода отечественные и зарубежные ученые-лингвисты выделяют несколько целей, для достижения которых преподаватели и студенты могут использовать лингвистические корпуса.

Как следствие взаимодействия с лингвистическими корпусами преподаватели предоставляют возможность:

- получать объективные данные о вероятности употребления лексической единицы в определенном окружении;
- создавать ученические корпуса из письменных работ обучающихся;
- анализировать ошибки, которые допускают обучающиеся в письменных работах;
- уделять внимание наиболее часто встречающимся ошибкам и проблемам, актуальным для конкретной группы;
- составлять тестовые задания;
- создавать системы упражнений, ориентированные на активизацию изучаемых лексических единиц [2, с. 51].

Согласно Э.Г. Азимову и А.Н. Шукину [1], использование лингвистических корпусов дают студентам языкового вуза следующие возможности:

– вместо отдельных слов как строительных блоков для составления предложений изучать целые статистически устойчивые сочетания слов;

– использовать лингвистические корпусы при изучении лексики английского языка в качестве особого рода компьютерных справочников;

– достигнуть эффекта снятия смыслового барьера при восприятии лексики английского языка, что естественным образом влечет за собой развитие у обучающихся уверенности в правильном ситуативном употреблении лексических единиц;

– добиться установления прочных связей между значением лексической единицы и ее формой;

– самостоятельно наблюдать и устанавливать закономерности, такие как окружение, в котором часто возникает данная лексическая единица, соответствующая ей тематика текстов;

– сравнивая примеры использования, уяснить для себя тонкости смысла слова.

В дальнейшем студенты могут использовать устойчивые сочетания слов для достижения коммуникативных целей. В результате применения этой стратегии у студентов [5]:

– разовьется беглость речи, так как обучающийся учится по-новому использовать эти достаточно крупные лексические единицы в своей устной и письменной речи;

– будет сведено к минимуму количество ошибок как с грамматической, так и с лексической точек зрения;

– разовьется понимание того, как часто и каким образом носители языка употребляют ту или иную лексическую единицу;

– появятся осознание способов комбинирования лексических единиц [2, 6].

Таким образом, обращение к лингвистическим корпусам позволяет решить проблему трудности понимания языкового высказывания и снять смысловой барьер. Лингвистические корпусы дают возможность каждому обучающемуся сосредоточиться на отработке именно той лексики, которая представляет для него или для нее особую сложность, что позволяет преподавателю реализовать индивидуальный подход на занятиях [2].

Опираясь на теоретический материал, мы разработали примеры заданий на основе лингвистического корпуса British National Corpus (BNC). При создании упражнений мы отобрали лексические единицы, в употреблении которых чаще всего допускаются ошибки.

Задание 1: Изучите примеры, приведенные в Рис. 1 и Рис.2, и заполните пропуски в предложениях ниже, выбрав правильную словоформу на основе результатов коркорданса – *exhausting* или *exhausted*.

В данном задании студенты изучают примеры результата коркорданса со словами **exhausting** и **exhausted**. Затем формулируют словарное определение этих слов, указывают, к какой части речи принадлежат данные слова, изучают структуру предложений, приведенных на Рис. 1 и Рис. 2 и делают вывод, в каких случаях используется слово *exhausting*, а в каких – *exhausted*. Далее заполнить пропуски в предложениях с правильной словоформой.

1	<input type="checkbox"/>	Written books and	Ellen, blind or otherwise	</s></s>	I remember a perfectly	exhausting	rehearsal with Guthrie and Peter. Guthrie persuading, say
2	<input type="checkbox"/>	Spoken context-go	y as Chairman, in many ways on top of all my other work			exhausting	</s></s> But in many ways it's been enlightening, exciting
3	<input type="checkbox"/>	Written books and	Caro the Paris of the East	</s></s>	But he effort proved	exhausting	for Egypt and by 1875 the country was heading for bankruptcy
4	<input type="checkbox"/>	Written books and	id	</s></s>	Maybe if she and Julie didn't have such ting	exhausting	jobs they might have more time to concentrate on the cultu
5	<input type="checkbox"/>	Written books and	ighly through his thick dark hair	</s></s>	It's been a long	exhausting	day, and we're both completely bushwhacked," he said flat
6	<input type="checkbox"/>	Written books and	y're so sweet and amusing, but... well, they're also pretty			exhausting	too," she admitted with a small sigh. </s></s> It seemed a
7	<input type="checkbox"/>	Written books and	artment in London, and held down an equally glamorous if			exhausting	job, had little or no relevance at the moment. </s></s> Whi
8	<input type="checkbox"/>	Written books and	's></s>	She'd been ashamed to find that she found it such		exhausting	work, especially without the broad shoulders of Ross to le
9	<input type="checkbox"/>	Written books and	owever, both on the grounds of cost, and of the danger of			exhausting	the aquifers faster than they would be replenished. </s></s>
10	<input type="checkbox"/>	Written books and	English oak wood	</s></s>	Without a machete it was hot,	exhausting	work. </s></s> She was thankful that from an early age sh
11	<input type="checkbox"/>	Written books and	juve, but, even with Travis helping all he could, it was an			exhausting	process trying to find his pocket and reach into it when sh
12	<input type="checkbox"/>	Written books and	ors had told him he must take several months off from the			exhausting	business of running a supremely successful nightclub, for
13	<input type="checkbox"/>	Written books and	f that's what you're thinking	</s></s>	It's just been a long	exhausting	day." </s></s> "Sorry </s></s> I should have left you to fix
14	<input type="checkbox"/>	Written books and	l of unshed tears, and the effort of holding them back was			exhausting	</s></s> "Virginia, what the devil are you talking about?" </s></s>
15	<input type="checkbox"/>	Written books and	hese feelings were battling and bewitching	</s></s>	And	exhausting	</s></s> It occurred to her, just before she went to sleep,
16	<input type="checkbox"/>	Written books and	ttle, US	</s></s>	Attending this event was an inspiring, if	exhausting	experience. </s></s> Founded in 1972, the Caucus is a n
17	<input type="checkbox"/>	Written books and	f long-lived organisms like trees would be prevented from			exhausting	local resources and competing with other roots, and the c
18	<input type="checkbox"/>	Written books and	hops by filling as much of the waking day as possible with			exhausting	and demanding activity to reduce the time which can be g
19	<input type="checkbox"/>	Written books and	would have served me to investigate until this time without			exhausting	its treasures, but, alas! our provisions failing, we were obl

Рис. 1. Результаты поиска слова *exhausting*

1	<input type="checkbox"/>	Written miscellane	ing nothing but prepare for Christmas for months and was			exhausted	before it all began. </s></s> Christmas Eve had now arrive	
2	<input type="checkbox"/>	Written books and	likely to be short-term, ending when the past reserves are			exhausted	</s></s> Galthness Charcoal claim that their operators w	
3	<input type="checkbox"/>	Written books and	ed that what the speaker means by any utterance U is not			exhausted	by the meaning of the linguistic form uttered (see Chapter	
4	<input type="checkbox"/>	Written books and	arching for a simple definition of pragmatics is likely to be			exhausted	</s></s> One possibility is to retreat to an extensive or ex	
5	<input type="checkbox"/>	Spoken context-go	st some point in the future?	</s></s>	Up until the funds are	exhausted	</s></s> Yes, before the funds are ex. exhausted. </s></s>	
6	<input type="checkbox"/>	Spoken context-go	ds are exhausted	</s></s>	Yes, before the funds are ex.	exhausted	</s></s> Yes, yes, that's right, that's absolutely correct, </s></s>	
7	<input type="checkbox"/>	Written books and	y trade, as eating and sleeping too little, as too physically			exhausted	for intellectual effort, at the mercy of 'the many chances of	
8	<input type="checkbox"/>	Written books and	eks was about it	</s></s>	My patience was getting totally	exhausted	</s></s> I never got cross, but he wanted an audience an	
9	<input type="checkbox"/>	Written books and	> Orton was drained	</s></s>	As for the cast, 'we were all	exhausted	</s></s> David Batley crying </s></s> "Me angry with eve	
10	<input type="checkbox"/>	Spoken context-go	h></s>	Thank you	</s></s>	Has anyone else? I think we've	exhausted	the criteria or apparatus at it were. </s></s> "What I'd ack to
11	<input type="checkbox"/>	Spoken context-go	lly strange sounds	</s></s>	We was too cold to sleep, to	exhausted	to search our extra blankets from unlabelled tea chests </	
12	<input type="checkbox"/>	Written books and	y room with the blinds suddenly sprung	</s></s>	She was	exhausted	, and her bruises, where she had tumbled on the floor, ach	
13	<input type="checkbox"/>	Written books and	all nice	</s></s>	Nice and comfortable and dull.	</s></s>	Exhausted by their exercise, they were content to drowse in the sun.	
14	<input type="checkbox"/>	Spoken context-go	don't want any homework tonight	</s></s>	Right </s></s>	exhausted	now anyway </s></s> Sorry </s></s> if they don't turn up til	
15	<input type="checkbox"/>	Written books and	ver they might be - but when she returned home at night,			exhausted	from her day in the City, she never failed to appreciate the	
16	<input type="checkbox"/>	Written books and	- CHAPTER FOUR	</s></s>	Hot, sticky and feeling utterly	exhausted	, Laura stood leaning weakly against the open door, white	
17	<input type="checkbox"/>	Written books and	ant.	</s></s>	I should think that, like myself, you're feeling	exhausted	</s></s> The sooner I can get the air-conditioning on, the	
18	<input type="checkbox"/>	Written books and	d to ignore her racing pulse	</s></s>	You're just tired and	exhausted	she told herself firmly, forcing herself to walk calmly acro	
19	<input type="checkbox"/>	Written books and	stently from beneath his heavy eyelids	</s></s>	You look	exhausted	- absolutely all in. </s></s> "Why don't you go and lie down!"	

Рис. 2. Результаты поиска слова *exhausted*

Задание 2: Изучите результаты корконданса и определите, в каких предложениях слово *influence* является существительным, а в каких глаголом.

1	<input type="checkbox"/>	Written books and	ation	</s></s>	There are aquatic arrangements (probably	influenced	by the black and white mosaics, showing marine scenes, v
2	<input type="checkbox"/>	Written books and	uccessor pavement	</s></s>	This leaves the possibility of	influence	at the hands of apprentices or a designer - a possibility for
3	<input type="checkbox"/>	Written books and	- In some respects the mosaic appears also to have been			influenced	by pavements in the western part of the province. </s></s>
4	<input type="checkbox"/>	Written books and	labove	</s></s>	However, both also suggest a significant	influence	absent both from Middleborough and the Lion and Stag pa
5	<input type="checkbox"/>	Written books and	ly and success of these mosaics	</s></s>	In Britain, their	influence	, certainly, was widespread, and might have provided mod
6	<input type="checkbox"/>	Written books and	ave assumed an overall structural importance and greatly			influence	the charactr of the work. </s></s> In contrast, the mosaic
7	<input type="checkbox"/>	Written books and	tribute to the structure and must, originally, have greatly			influenced	determined the effect of the pavement on the spectator. </
8	<input type="checkbox"/>	Written books and	mosaic in the Palestplatz (Smith 1969, 116), as a result of			influence	from Britain. </s></s> Indeed, it remains a possibility that t
9	<input type="checkbox"/>	Written books and	- Indeed, it remains a possibility that the mosaics of Gaul			influenced	the development of pavements in Britain: this is even more
10	<input type="checkbox"/>	Written books and	... It is difficult to avoid the conclusion that the mosaics were			influenced	as much by developments to the south as to the north. </s
11	<input type="checkbox"/>	Written books and	ly five-year long period of development had no other local			influence	</s></s> It seems that the case for elaboration, and busi f
12	<input type="checkbox"/>	Written books and	all to believe therefore, that one of these mosaics was not			influenced	by the other. </s></s> Moreover, given the striking similar
13	<input type="checkbox"/>	Written books and	gest that the 'TR' of the Bignor mosaics pl.	</s></s>	37)	influenced	the mosaics of this western workshop, many special and d
14	<input type="checkbox"/>	Written books and	postulated by Smith (1969, 103), this may be indicative of			influence	from the west country. </s></s> It is vital, however, at this s
15	<input type="checkbox"/>	Written books and	untry </s></s>	It is vital, however, at this stage, to stress		influence	rather than 'movement' </s></s> the curving and contin
16	<input type="checkbox"/>	Written books and	... if exploited here	</s></s>	There is the possibility of some	influence	from craftsmen working to the south, around Water Newton
17	<input type="checkbox"/>	Written books and	... at Sturton (Fowler 1918, App	</s></s>	ll, no. 10) can this	influence	have been significant. </s></s> 2.2 Band Geometric Det
18	<input type="checkbox"/>	Written books and	... as an attempt by the nuclear industry to renew its fading			influence	</s></s> The government expects to wind down the Depd
19	<input type="checkbox"/>	Written miscellane	Scottish housing in the past	</s></s>	This was frequently	influenced	by the fact that easily available building materials like turf c

Рис. 3. Результаты поиска слова *influence*

В данном упражнении студенту следует сортировать слово по частям речи и прийти к следующему выводу: слово **influence** в качестве глагола не употребляется с предлогом *on*, как в русском языке.

Разработанные нами примеры заданий для развития лексических навыков с использованием поискового сервера SketchEngine можно использовать для ознакомления студентов с возможностями лингвистических корпусов. В дальнейшем данные примеры заданий могут послужить в качестве шаблонов для создания новых заданий с актуальной для конкретных студентов лексикой. Студенты также смогут использовать данные примеры заданий при самостоятельной работе по изучению лексических единиц.

Задания с использованием лингвистических корпусов помогут ознакомить студентов-лингвистов с возможностями лингвистических корпусов, научить их основам формирования поисковых запросов и дать опыт работы с корпусными данными. Это поможет студентам разобраться в тонкостях значения, лексической и грамматической сочетаемости тех лексических единиц, в употреблении которых они испытывают затруднения.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Азимов Э.Г.* Новый словарь методических терминов и понятий (теория и практика обучения языкам) / Азимов Э.Г., Щукин А.Н. – М.: ИКАР, 2009. – 448 с.
2. *Захаров В.П.* Корпусная лингвистика: учебник для студентов гуманитарных вузов / Захаров В.П., Богданова С.Ю. – М.: Иркутск: ИГЛУ, 2011. – 161 с.
3. *Коптев М.* Введение в корпусную лингвистику. Учебное пособие для студентов филологических и лингвистических специальностей университетов / Коптев М. – М.: Прага: Анимедиа, 2014. – 201 с.
4. *Biber D.* Corpus Linguistics: Investigating language structure and use / Biber D., Conrad S., Reppen R. – P.: Cambridge: Cambridge Univ. Press, 1998. – 300 p.
5. *Mair C.* Corpus Linguistics on the Move: Exploring and Understanding English through Corpora / Mair C., Meyer C. // Language and Com-puters: Studies in Digital Linguistics. – P.: Leiden: Koninklijke Brill, 2016. – 367 p.
6. *O’Keefe A.* From Corpus to Classroom: language use and language teaching / O’Keefe A., McCarthy M., Carter R. – P.: Cambridge, Cambridge Univ., 2007. – 315 p.
7. Sketch Engine. – URL: <https://auth.sketchengine.eu/> (дата обращения: 26.03.2020).

ПРИМЕНЕНИЕ МЕТОДА ПРОЕКТОВ КАК СРЕДСТВА ИНТЕНСИФИКАЦИИ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

Касимова А.Н.

Плахова Е.А.

Данная статья представляет собой описание метода проектов в современном школьном образовании на примере урока английского языка в старшей школе. С помощью данного образовательного метода выражаются и развиваются личностные качества учащихся школьного возраста. Также, данный метод мотивирует учителя на проведение более усовершенствованных и интересных уроков для подростков.

Ключевые слова: обучение, учащиеся, метод проектов, учебный процесс, старшая школа, личностно-ориентированные технологии обучения, развитие личности.

The article provides a description of the project method in the system of modern school education on the example of an English lesson in high school. This educational method contributes to the development of personal qualities of school students. Besides, this method motivates teachers to conduct more advanced and interesting lessons for teenagers.

Keywords: education, students, the project method, educational process, high school, personal-oriented learning technologies, personal development.

На рубеже XIX-XX веков ученые и педагоги стали задумываться о новой системе образования, которая была бы ориентирована на ученика и его индивидуальные способности. Зарождение метода проектов восходит к началу XX века в Соединенных Штатах Америки. Американский философ Дж. Дьюи и его последователи Х. Килпатрик и Е. Коллингс впервые ввели этот «новый» метод в школьное образование.

В первой половине XX века в России главной задачей проектного метода встал вопрос о способах развития личности ребенка, как индивидуума. Это обсуждалось и разрабатывалось такими теоретиками и педагогами, как С. Т. Шацкий П. П. Блонский и др. Этот опыт получил достаточно широкое распространение в школах, но отсутствие научных разработок по использованию проектного метода привело к тому, что его предназначением стало использование его для получения определенных предметных знаний.

На самом деле, если ученик самостоятельно, с помощью учителя приобретает знания и в результате преподносит их, то язык укореняется в сознании учеников. В зарубежных методических комплексах широко представлено проектное обучение, после каждого изучаемого раздела предлагаются проектные задания. В российских школах эта методика пока не настолько популяризирована несмотря на то, что многие российские образовательные центры предлагают различные варианты создания проектов.

Проектный метод требует от преподавателя специальных навыков и подготовки. Роли учителя и ученика существенно меняются. Учителя должны быть легко приспособляемыми, а также им не помешает быть артистичными, интересными; они должны быть заинтересованы в предмете. Главная задача учителя – всегда идти в ногу со временем, обогащая учеников актуальной информацией, имея роль путеводаителя в освоении предмета.

На сегодняшний день система образования все больше и больше обогащается новыми и, в то же время, разнообразными методами работы с обучающимися. Параллельно происходит изменение задач и целей обучения. В XXI веке невозможно представить образовательный процесс без интеграции наиболее эффективных, действенных средств и технологий, которые смогли бы обеспечить развитие у обучающихся навыков саморазвития, самообразования, самосовершенствования. Из этого следует, что главная направленность (или даже цель) современной об-

разовательной системы – это максимально развить личность обучающегося, его умения и навыки работы в коллективе со своими сверстниками, стимулировать мотивацию к обучению. Всем этим требованиям отвечает именно проектная деятельность в учебном процессе.

В первую очередь нам необходимо разобрать ключевое понятие данной статьи – «проектная деятельность». Проектная деятельность – это такая учебно-познавательная активность учащихся, которая основана на достижении поставленной цели по созданию творческого проекта через осуществление логически-последовательных действий. Итог: обязательная презентация результата выполненной работы.

Рассматривая этот педагогический метод, мы можем твердо сказать, что он является одним из немногих составляющих элементов, способствующих развитию логического мышления учащихся. Существует ряд отличий, которые делают проектный метод непохожим на остальные. Учащиеся создают цельный продукт, как результат проделанной работы, принимая активное участие в разных видах научной деятельности: творческой, поисковой, исследовательской и др. [3, с. 38].

Некоторые преподаватели считают, что студенты учатся больше, лучше понимают содержание и дольше запоминают информацию во время самостоятельной работы над проектом. Проектная работа нацелена на то, чтобы применять, а не передавать знания, навыки и умения. Кроме того, она обладает установкой, которая нацелена на рост активности работы на занятиях, их мотивации, главным образом, для того, чтобы развить такие качества, как независимость, самостоятельность, усердие, высокую самооценку и многое другое. Проектная методика включает в себя выбор определенной темы (например, Времена года, традиционные праздники и т.д.) и сочетание нескольких видов деятельности, охватывающих несколько предметных областей, в попытке интегрировать и сделать целостной всю информацию о выбранных темах.

Стоит добавить, что немаловажной частью создания успешного проекта учащимися является соблюдение строгого алгоритма:

1. Исследовать общественные взгляды, мнения (социологический опрос, анкетирование).
2. Сформулировать актуальную проблему.
3. Определить цель и задачи проекта.
4. Обсудить методы исследования и дальнейшей деятельности.
5. Составить план работы.
6. Определить обязанности и распределить их в проектной группе.
7. Осуществить контроль и оценку выполнения плана.
8. Скорректировать реализацию проекта.
9. Защитить конечный продукт.

Проектная деятельность способствует развитию потенциала учащегося: личностного, творческого. Также, она дает возможность освоить разнообразные принципы, «законы» образовательной деятельности. Вдобавок, можно затронуть и тот факт, что учащиеся школы смогут получить навыки в изучении иностранного языка, «проигрывая» различные ситуации из повседневной жизни в определенных условиях (в зависимости от ситуации) [1, с. 12].

Личностно-ориентированные технологии являются важной частью процесса, затронутого в школе. Это дает ученикам уникальную возможность открыть для себя различные навыки и умения, которые могут соответствовать их склонностям, интересам и стремлениям. Проекты позволяют им исследовать различные области, которые их интересуют, и испытать свой выбор. Они также способны помочь им в постановке цели на жизнь, приобретении определенных ресурсов, необходимых для обогащения своей личности на протяжении всей своей жизни.

Большинство преподавателей придерживаются мнения, что проект должен быть выбран самими учащимися. Они считают, что это будет стимулировать целеустремленность учеников, и что они будут более заинтересованы в своей работе.

Другие же утверждают, что именно учителя должны выбирать проекты своим ученикам. Существует мнение о том, что проектный метод гарантирует факт того, что учащиеся будут заниматься только теми проектами, которые находятся в пределах их досягаемости. Дети в этом возрасте недостаточно компетентны, и им требуется адекватное руководство в выборе проекта. Использование проектной методики – это результат развития индивидуальной системы, используемой в эмпирическом образовании.

Использование проектной методики существенно увеличивает результативность учебного процесса на уроке иностранного языка в отличие от традиционного урока (Таблица 1) [2, с. 20].

Таблица 1

Основные отличия традиционного урока и урока-проекта

Традиционный урок	Проектный урок
Главная роль – учитель	Главная роль – учащиеся
Мотивация достигается путем проработок не-реальных ситуаций	Мотивация достигается через реальные ситуации
Использование только существующих пособий	Используется добавочный материал
Оценка – результат проделанной работы	Самостоятельное оценивание своего результата

Таким образом, мы можем сделать вывод о том, что проектный метод может грамотно вписаться в образовательный процесс, способствуя развитию личности каждого ученика, улучшению мотивации, получению новых знаний и навыков. Вдобавок ко всему, проектный метод может быть не только продуктивным, но также занимательным, интересным и разнообразным не только для школьника, но и для учителя.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Коряковцева Н.Ф.* Современная методика организации самостоятельной работы изучающих иностранный язык: пособие для учителей / Н.Ф. Коряковцева. – М., 2002. – 176 с.
2. *Морозов Е.А.* Проектная деятельность на уроке иностранного языка как технология интерактивного обучения. К постановке проблемы / Е.А. Морозов, И.В. Морозова // Гуманитарно-педагогические исследования. – Магнитогорск: МГТУ, 2019. – С. 19–25.
3. *Щербакова И.А.* Метод проектов при обучении английскому языку: взаимосвязь учебы и практики / И.А. Щербакова // КПЖ. – Казань: Слово, 2011. – С. 33–40.

ОСОБЕННОСТИ ОБУЧЕНИЯ АНГЛИЙСКОМУ ЯЗЫКУ НА НАЧАЛЬНОМ И СРЕДНЕМ ЭТАПЕ С ПРИМЕНЕНИЕМ МУЛЬТСЕРИАЛОВ И КОРОТКОМЕТРАЖНЫХ МУЛЬТФИЛЬМОВ

*Мусабирова Г.А.
Сагитова Р.Р.*

Предлагаемая статья освещает особенности применения интерактивных технологий обучения английскому языку на среднем и начальном этапе. Согласно мнению автора, применение короткометражных мультфильмов и мультсериалов является действенным методом, вызывающим живой интерес у детей к изучаемому материалу, повышающим активность обучающихся на занятиях.

Ключевые слова: технология обучения, коммуникативная компетенция, обучение, английский язык, мультфильмы, видеоролики, слово, словосочетание, дифференциация и индивидуализация обучения.

This article covers the features of using interactive technologies of teaching English at the middle and initial stage. According to the author, the use of short animated films and animated series is an effective method that causes a keen interest in children in the material being studied, which increases the activity of students in the classroom.

Keywords: teaching technology, communication competence, training, English, cartoons, videos, a word, a phrase, differentiation and individualization of instruction.

При написании данной статьи автор преследует цель аргументированно обосновать и наглядно показать действенность и целесообразность активного использования короткометражных мультфильмов и мультсериалов в процессе проведения занятий по английскому языку на начальном и среднем этапе обучения.

Отметим, что из большого многообразия современных образовательных технологий в работе с учащимися специалисты и педагоги выделяют следующие, наиболее эффективные и результативные:

- технологии личностно-ориентированного и развивающего обучения;
- технологии проблемного обучения;
- проектные технологии;
- технологии игрового обучения;
- здоровьесберегающие методики;
- информационно-коммуникативные технологии.

Опыт работы не без основания позволяет сделать выводы о том, что заметную эффективность дают технологии проблемного обучения, и детям, и подросткам, и взрослым людям приходится по душе проектная деятельность, все с удовольствием воспринимают элементы игры в процессе усвоения нового материала или закрепления уже пройденного.

Безусловно, невозможно представить современный урок без мультимедийных средств и оснащений. Всем отечественным педагогам, осуществляющим свою деятельность и в сфере дошкольного образования, и в стенах высшей шко-

лы, хорошо известно, что использование наглядности на уроках и занятиях является весьма действенным приёмом в деле усвоения обучающимися излагаемого преподавателем материала.

Следует заметить, что речь в статье пойдёт не исключительно о работе с детской аудиторией. В современном стремительно развивающемся цифровом пространстве цивилизованный человек весьма некомфортно ощущает себя без знания, как минимум одного, иностранного языка. По этой причине слушателями курсов сегодня выступают люди неограниченного возраста. «За парты» садятся и стар, и млад.

Преподавателей иностранного языка радует то обстоятельство, что они имеют возможность использовать мультипликационные фильмы в качестве наглядного материала для учеников различного возраста. Если дошкольникам – будущим знатокам английского языка – подойдёт обучающий мультфильм «Даша-путешественница», то взрослой аудитории уместно будет продемонстрировать отрывки всем нам хорошо известного мультипликационного сериала «Симпсоны».

Обучение иностранным языкам в любом образовательном пространстве: в дошкольном учреждении, в средней общеобразовательной школе, в вузе, в сфере дополнительного или дистанционного образования обязательно подразумевает овладение обучающимся или слушателем курсов тремя аспектами иноязычного образования: фонетикой, грамматикой, лексикой [2].

Эффективная работа над обозначенными выше аспектами содействует достижению педагогом важнейшей коммуникативной цели – формированию у обучающихся иноязычной коммуникативной компетенции. Обучение лексике иностранного языка признаётся специалистами-лингвистами одной из самых злободневных тем в современной методике обучения английскому языку по той причине, что она является составной частью устной коммуникативной деятельности и активно используется в любом устном общении.

С целью решения обозначенной проблемы такие методисты, как Ф.М. Рабинович, Г.В. Рогова, Т.Е. Сахарова обоснованно доказывают важность использования динамичных мультимедийных средств в обучении лексике иностранного языка на начальном и среднем этапе. К таковым специалисты относят анимации, презентации, видеофильмы, игры, мультимедиа-галереи, интернет приложения, проигрыватели звуковых файлов и т.д. [2].

Остановимся подробнее на применении мультипликационных сериалов и короткометражных мультфильмов. Как известно, на начальном этапе обучения английскому языку первостепенной признаётся задача пополнения словарного запаса. Опираясь на замечания своих коллег и личный опыт, автор статьи считает целесообразным учить не отдельно взятые слова, к примеру, по теме «Еда», а целые фразы из мультфильма «Леди и Бродяга».

Здесь можно встретить простые предложения во времени **Present Continuous**, к примеру, **He's eating**. Из грамотно подобранного педагогом фрагмента обучающиеся смогут узнать и запомнить названия некоторых продуктов питания. Таким образом, словарный запас пополнится и различными понятиями, и полезными фразами.

Благодаря просмотру мультфильма «Леди и бродяга» слушатели знакомятся с фразами **They're hungry**, а также **They want to eat**. Как видим, обучающийся уже знакомится со временем **Present Simple**.

В этом же мультфильме мы можем встретиться и выучить фразы, используя местоимение **he** с обычными глаголами и **to be** в **Present Simple**. Например, **He wants to eat** и **He's hungry**.

Сегодня, готовясь к проведению занятий, преподаватель английского языка имеет неограниченные возможности использования диски с учебными программами, где обязательно присутствуют фрагменты мультипликации, либо обратиться за помощью к сети интернета и выбрать необходимые для урока мультфильмы на английском языке бесплатно.

По мнению автора статьи, весьма удачными следует назвать такие сайты:

1. **Multimedia-English**. Здесь можно найти наиболее известные мультфильмы на английском языке: **Winnie the Pooh Charlie and Lola, Peppa Pig** и т.д. Специалисты, занимающиеся преподаванием английского, рекомендуют смотреть именно данные видеоролики для обучения, считая их образцом классического английского.

Ещё одно важное достоинство этого сайта в том, что любители современных мультфильмов с неплохим уровнем знания языка могут найти здесь и совсем новые короткометражные мультфильмы, которые к тому же снабжены транскриптом или субтитрами.

2. **BookBox**. Данный канал производит не сложные анимационные мультфильмы для изучающих иностранные языки. Для изучения британского английского и американского созданы различные плейлисты, все сказочные истории начитаны профессиональными дикторами с очень хорошим произношением. К тому же внизу экрана пишется текст, благодаря чему обучающийся имеет возможность не только воспринимать новые слова и фразы на слух, но и подсматривать текст.

3. **English Central**. Этот ресурс полезен преподавателю английского языка тем, что все мультфильмы короткие, т.е. идеальны для использования на занятиях, а также сопровождаются субтитрами.

4. **English for Children**. Ресурс представляет собой серию мультфильмов на английском языке для начинающих, повествующих о дракончике Gogo. Используя этот материал, педагог сможет ознакомить детей со звучанием простых фраз в живой английской речи, преподнести базовые знания грамматики английского, продемонстрировать, каким образом применяется на практике то или иное правило.

5. **Learn English Kids – British Council**. Потешные мультфильмы от British Council, как показывает практика, интересны и детям, и взрослым. Увлекательные истории можно воспринимать на слух или смотреть с субтитрами. Весьма важным для обучения является то обстоятельство, что к каждому из мультфильмов прикреплено задание и ответы к нему. Учитель тут же может проверить, насколько хорошо обучающиеся поняли слова героев.

6. **Vasabi.tv**. Этот ресурс не большой, но представлен мультсериалами «Время приключений» и «Южный парк» на английском в очень хорошем качестве с субтитрами.

7. **Magic English**. Этот канал поможет педагогу излагать обучающимся новый учебный материал, опираясь на демонстрацию фрагментов из всем нам известных диснеевских мультфильмов. Видео представляют собой наборы отрывков из мультипликационных лент «Маугли», «Леди и бродяга», «101 далматинец»,

«Белоснежка и семь гномов» и других. В каждом видео на экране пишутся фразы героев, рекомендованные к изучению. Они легко запоминаются обучающимися благодаря увлекательному сюжету.

Учителя английского языка отмечают, что использование на занятиях короткометражных мультфильмов и фрагментов мультипликационных материалов позволяет и взрослым, и детям при меньших затратах времени усвоить значительный объем учебного материала. Следует подчеркнуть, что мультфильмы обладают удивительной способностью и обучить английскому языку «с нуля», и могут поднять уровень уже имеющегося английского. Мы считаем, что профессиональное использование мультипликации для изучения английского языка признаётся преподавателями весьма действенной и эффективной педагогической технологией по следующим причинам:

1. Доступность для начинающих. Мультипликационные фильмы бывают не исключительно развлекательными, но и обучающими, они доступны даже тем, кто начинает изучение английского языка «с нуля».

2. Простота. В мультфильмах используются достаточно простые слова, которые понятны новичкам. Такие ленты создаются для детей и преследуют, в первую очередь, цель ознакомления малышей с окружающим миром.

3. Дифференциация. Педагог имеет возможность подобрать короткометражные мультфильмы с более сложными конструкциями для уровня **intermediate** и выше.

4. Повторение. Герои мультсериалов, обычно, имеют не только характерные особенности, но и не менее характерные фразы, которые повторяются героями из кадра в кадр, что способствует быстрому отложению слов и фраз в памяти обучающихся.

5. Разная продолжительность. По известным причинам время на уроке / занятии/ весьма ограничено, педагог не может использовать в обучении полнометражные мультипликационные фильмы, но имеет доступ к сюжетам длиной от 5 до 10 минут или вообще двухминутным произведениям анимационного искусства. Как правило, мультики –короткие, следовательно, риск переутомления у слушателей исключён.

6. Качественное аудио. Озвучка мультипликационного фрагмента всегда очень четкая: слова произносятся без акцента, с хорошим английским произношением.

7. Индивидуализация. Бесконечный выбор материала даёт возможность педагогу подобрать необходимую наглядность для всех возрастных групп обучающихся.

В свою очередь, следует подчеркнуть, что применение в обучении иностранному языку мультсериалов и короткометражных мультфильмов даёт возможность педагогу решать одновременно целый комплекс образовательных задач:

- обозначается высокий уровень мотивации к учебной деятельности;
- активизируются познавательные интересы воспитанников;
- у обучающихся формируется устойчивая, константная потребность в овладении новыми знаниями, пополнением словарного запаса;
- формируется положительное воздействие на эмоциональную сферу будущих знатоков языка;

– создаются благоприятные условия для развития коммуникативных способностей детей, развития их индивидуальности и творческого мышления [8].

Как видим, изучать английский язык по мультипликационным фильмам и полезно, и приятно. С одной стороны – действительно, весьма быстро и эффективно, с другой стороны – увлекательно, интересно, а для взрослого поколения – ещё и встреча с детскими воспоминаниями.

ЛИТЕРАТУРА

1. Верисокин Ю.И. Видеофильм как средство мотивации школьников при обучении иностранному языку / Ю.И. Верисокин // ИЯШ. – 2003. – № 5. – С.31.
2. Емельянова С.А. Мультимедиапрограммы в обучении лексике английского языка на начальном этапе / С.А. Емельянова // Молодой ученый. – 2013. – № 5. – С. 684 – 686.
3. Zubov A.B. Методика применения информационных технологий в обучении иностранным языкам / А. В.Зубов, И. И.Зубова. – М.: Академия, 2009. – 141 с.
4. Ильченко Е. Использование видеозаписи на уроках английского языка / Е. Ильченко // Первое сентября, Английский язык. – 2003. – № 9. – 7 с.
5. Коровкина Т.В. Использование динамичных мультимедийных средств на средней степени иноязычному аудированию. Бета-версия / Т. В. Коровкина. – URL: <http://rae.ru/forum2012/pdf/0616.pdf> (дата обращения: 20.02.2020).
6. Сагитова Р.Р. Интерактивные технологии формирования самообразовательной компетенции студентов вуза в процессе обучения иностранным языкам: метод проектов / Р.Р. Сагитова, Р.З. Валева // Вестник Казанского государственного университета культуры и искусств. – 2016. – № 4. – С.151-154.
7. Соловова Е.Н. Методика Обучения иностранным языкам. Продвинутый курс / Е.Н. Соловова. – М.: АСТ: Астрель, 2008. –239 с.
8. Соловьёва Т.И. Современные педагогические технологии в начальной школе / Т.И. Соловьёва // Молодой ученый. – 2015. – № 6. – С. 684–686.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ АУТЕНТИЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ ДЛЯ ФОРМИРОВАНИЯ СОЦИОЛИНГВИСТИЧЕСКОЙ КОМПЕТЕНЦИИ ПРИ ОБУЧЕНИИ ИНОСТРАННЫМ ЯЗЫКАМ

Осипова А.И.

В статье рассматривается концепция социолингвистической компетенции и ее основные компонентные характеристики. Цель данной статьи – указать на важность и преимущества аутентичных материалов при формировании данной компетенции. Актуальность исследуемой проблемы обусловлена необходимостью выбора эффективных способов формирования социолингвистической компетенции при обучении иностранному языку.

Ключевые слова: социолингвистическая компетенция, аутентичные материалы, иностранный язык, коммуникация.

This article describes the concept of sociolinguistic competence and its main component characteristics. The purpose of this article is to indicate the importance and advantages of authentic materials in the formation of this competence. The relevance of this study

is determined by the needs of choosing effective ways of forming sociolinguistic competence in teaching a foreign language.

Key words: sociolinguistic competence, authentic materials, foreign language, communication.

На нынешнем этапе развития общества, как в нашей стране, так и за рубежом, очень важным нужно считать саму возможность понимания друг другом участниками общения разных культур. В мире, где стираются границы общения, где все больше людей становятся космополитами, невозможно обойтись без специалистов, которые способны осуществлять успешную межкультурную коммуникацию в рамках социокультурной и социолингвистической компетенций. Социолингвистика – это дисциплина, которая изучает язык в его социальном контексте, анализирует языковые выражения и их правила использования по отношению к социальному контексту. Сформировав социолингвистическую компетенцию, обучающийся будет способен функционально использовать язык в определенном контексте или ситуации общения. Для формирования социолингвистической компетенции оптимальным и эффективным средством является использование аутентичных материалов. Работая с данными материалами, студенты смогут познакомиться с аутентичным языком, а также узнают о различных аспектах культуры страны изучаемого языка. Все это, соответственно, способствует преодолению стереотипов. А непосредственно упражнения, основанные на аутентичных материалах, направлены на развитие данной компетенции у обучающихся иностранному языку, которая позволяет осуществлять успешную межкультурную коммуникацию.

Социолингвистика предлагает основу для понимания отношений между языком, культурой и обществом. Его основная предпосылка заключается в том, что язык — это не единая, а неоднородная структура, которая характеризуется различиями в использовании в речевом сообществе. С социолингвистической точки зрения индивид считается не идеальным говорящим-слушателем, а конкретным пользователем языка, который имеет специфические характеристики: пол, возраст, социальный класс, роли, ценности, убеждения и т. д. и принадлежит к определенной социальной и культурной группе. Социальная жизнь развивается из коммуникативных взаимодействий между носителями языка. Во время взаимодействия проверяется коммуникативная компетентность говорящих, то есть их способность вести себя надлежащим образом в разных контекстах. Социальный контекст является одним из наиболее влиятельных факторов в процессе овладения языком. Отсюда важность рассмотрения языка в его социальном контексте, включающего социолингвистический компонент общения в процессе обучения.

Одна из фундаментальных характеристик обучения языку – уделение равного внимания структурным элементам для выполнения коммуникативной функции. Другими словами, тот, кто выучил значительное количество структур и значительное количество слов, совместимых с этими структурами, может не знать, как использовать их в общении. Следовательно, в этом случае целью преподавания иностранного языка является развитие коммуникативной компетенции с особым акцентом на социолингвистическую составляющую.

Независимо от различий в терминологии и критериях классификации, все модели признают социолингвистическую компетентность как один из основных компонентов коммуникативной компетентности.

Социолингвистическая компетенция включает в себя знания и навыки, необходимые для использования языка в различных социальных контекстах. В этих контекстах указываются следующие переменные:

- Лингвистические маркеры социальных отношений: приветствия, формы обращения, междометия.
- Правила вежливости: выражение интереса, восхищения, благодарности, сожаления, невежливости (антипатия, жалоба, нетерпение и т. д.).
- Выражения народной мудрости: фразеологизмы, пословицы, поговорки, идиомы, стереотипные фразы и т. д.
- Регистр: официальный, нейтральный, неофициальный.
- Диалект и акцент: разновидности в зависимости от возраста, пола, социального класса, региона, этнической группы, профессии.

Акцент на формировании социолингвистической компетенции у учащихся и студентов обусловлен необходимостью развивать способности использовать и преобразовывать языковые формы в соответствии с ситуацией общения, т.е. владеть ситуативными вариантами языка.

Можно прийти к выводу, что владение социолингвистической компетенцией предполагает:

- знание общепринятых, соответствующих традициям определенного социума правил использования языка;
- знание этических и нравственных норм поведения, которые приняты в стране изучаемого языка;
- способность реализовывать коммуникативное намерение и осуществлять речевое взаимодействие, чтобы получить ответный результат собеседника;
- знание компонентов коммуникативной ситуации и правил организации речевого действия;
- владение вариативностью языка.

Существует большое количество эффективных методов формирования данной компетенции у изучающих иностранный язык, и одним из таких методов является использование аутентичных материалов. Психологическая специфика влияния аутентичных материалов на изучающих иностранные языки помогает повысить эффективность учебного процесса и восприятия информации, а также способствует созданию благоприятных условий для формирования данной компетенции.

Аутентичные материалы направлены на то, чтобы подготовить к пониманию и восприятию иноязычной социокультурной среды и к постепенному вниканию в неё посредством развития социолингвистической компетенции.

Преимущества аутентичных материалов в развитии межкультурных коммуникативных компетенций, а именно социолингвистической компетенции огромны. Они напоминают учащимся, что в реальном мире существует сообщество, которое функционирует исключительно за счет использования целевого языка.

Аутентичные материалы представляют собой аудио, визуальные и печатные материалы. Аудиоматериалы включают телевизионные программы, рекламные

ролики, новости, сводки погоды, фильмы, мультфильмы, подкасты, радиопрограммы, объявления на станциях, в аэропортах, магазинах и т. д. Визуальные материалы включают фотографии, картины, рисунки, картинки из журналов, газет, открыток, почтовых марок и т.д. Печатные материалы включают газеты, журналы, книги, каталоги, тексты песен, меню ресторанов, этикетки продуктов, дорожные указатели, информационные туристические брошюры, карты, письма, поздравительные открытки, рекламные щиты, расписания общественного транспорта, дорожные билеты, анкеты, этикетки продуктов питания и т. д.

Использование разнообразного аутентичного материала, без сомнения, является обязательным требованием при развитии коммуникативной компетенции. Данные материалы помогают учащимся использовать язык правильно в зависимости от контекста и ситуации, обогащают лексикон. Ученики знакомятся с реальным использованием языка и погружаются в мир иноязычной культуры, пока они находятся в классе. Важно отметить, что подбор аутентичных материалов должен осуществляться с учетом уровня подготовки студента, а также возможностью использовать их в конкретном образовательном учреждении с учетом требований учебного плана. Они могут быть использованы для всех языковых уровней, от базового до продвинутого, но их нужно тщательно выбирать, т.к. они могут быстро устаревать. Наконец, они положительно влияют на мотивацию учащихся, поскольку они предоставляют реальную культурную информацию и знакомство с реальным языком.

В процессе обучения иностранному языку использование аутентичных материалов очень эффективно и преимущества данных материалов очевидны, т.к. это поможет решить сразу несколько задач, которые связаны с формированием социолингвистической компетенции обучающихся. Процесс обучения иностранным языкам, в котором широко используются аутентичные материалы, как показывает практика, проходит интереснее и в какой-то степени с большей мотивацией, в том числе и благодаря тому, что занятия получаются интенсивными и информационно насыщенными. Необходимо, чтобы данные материалы были предметно-ориентированными, обладали интерактивностью, сообщали новые знания и позволяли обучающемуся увидеть, почувствовать собственный прогресс в процессе освоения языковых компетенций.

Итак, можно сделать вывод, что при формировании социолингвистической компетенции у студентов при обучении иностранному языку, аутентичные материалы играют немаловажную роль, обладают огромным потенциалом, т.к. именно они несут в себе информацию о различных областях жизни и сферах деятельности в стране изучаемого языка, содержат дополнительные знания о ее культуре, в конце концов, делают общение аутентичным.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Беликов В.И.* Социолингвистика / В.И. Беликов, Л.П. Крысин. – М.: Российский гуманитарный университет, 2001. – 436 с.
2. *Белл Р.* Социолингвистика. Цели, методы и проблемы: пер. с англ. / Р. Белл. – М.: Международные отношения, 1980. – 320 с.
3. *Бобрикова О.С.* Использование аутентичных видеоматериалов в формировании социолингвистической компетенции студентов / О.С. Бобрикова // Известия Тульского государственного университета. Гуманитарные науки. – Тула: Изд-во ТулГУ, 2010. – Вып. 1– С. 3–4.

4. Гудков Д.М. Теория и практика межкультурной коммуникации / Гудков Д.М. – М.: Наука, 2003. – 90 с.
5. Дешериев Ю.Д. Социальная лингвистика (К основам общей теории) / Ю.Д. Дешериев. – М.: Наука, 1977. – 383 с.
6. Звезгинцев В.А. О предмете и методах социолингвистики / В.А. Звезгинцев // Известия АН СССР. Серия литературы и языка. – М.: РАН, 1976. – Т. 36. – Вып. 4. – С. 308–320.
7. Соловова Е.Н. Методика обучения иностранным языкам: Базовый курс лекций: Пособие для студентов пед. вузов и учителей / Е.Н. Соловова. – М.: Просвещение, 2002. – 239 с.
8. Moreno Fernandez F. Principios de sociolingüística y sociología del lenguaje / F. Fernandez Moreno. – Barcelona, Ariel Linguística, 1998. – 399 p.

ОБУЧЕНИЕ АНГЛИЙСКОМУ ЯЗЫКУ ПОСРЕДСТВОМ МОБИЛЬНЫХ ПРИЛОЖЕНИЙ В ОСНОВНОЙ СРЕДНЕЙ ШКОЛЕ

*Просина В.А.
Боднар С.С.*

Статья посвящена обучению английскому языку с применением приложений на мобильных устройствах в основной средней школе. В статье выделены основные сферы влияния мобильного обучения на изучение иностранного языка, которые могут помочь обучающимся в развитии грамматических и лексических навыков.

Ключевые слова: английский язык, мобильное обучение, средняя школа, сферы влияния, обучающийся, учитель.

The article is devoted to teaching English by using applications on mobile devices at the secondary school. The article identifies the main areas of influence of mobile learning on the study of a foreign language, which can help students in the development of grammar and lexical skills.

Keywords: the English language, mobile learning, secondary school, sphere of influence, a student, a teacher.

В настоящее время в мире насчитывается приблизительно 1,5 миллиарда мобильных телефонов и смартфонов, что в три раза больше, чем наличие компьютеров [2]. Мобильное устройство – один из наиболее удобных и рациональных способов получения информации из разных сфер, в том числе и образовательной. Также стоит отметить, что владение английским или другим иностранным языком имеет значимые преимущества. Основываясь на фактах, указанных выше, становится очевидной необходимость совершенствования применения методики информационных технологий при обучении иностранному языку. Передовые компьютерные технологии в педагогике и методике приобретают новую форму и становятся частью учебного процесса. С развитием новых технологий мобильные устройства получают новые технические возможности.

Мобильное обучение (Mobile Learning (ML)) вызывает заинтересованность у многих преподавателей в отечественных и зарубежных образовательных учреж-

дениях. Такое обучение иностранному языку называется «Изучение иностранных языков с применением мобильных технологий» (**Mobile Assisted Language Learning (MALL)**) [7].

Общие вопросы изучения иностранного языка с помощью мобильных технологий рассматривались в работах А.А. Бакушина [1], Н.В. Самохиной [5] и др. Г.А. Краснощекова [4], И.В. Вагина [3] изучали возможность применения мобильных приложений для студентов нелингвистических вузов. Однако вопрос изучения иностранного языка с применением мобильных приложений в школе до сих пор остается нерешенным и требует внимания, что и объясняет актуальность проводимого исследования.

Целью исследования является изучение потенциала приложений на мобильных устройствах в обучении английскому языку, а именно в развитии лексических и грамматических навыков, а также в обучении аудированию и говорению на иностранном языке.

Материалом для настоящего исследования послужили мобильные приложения он-лайн магазинов Appstore и Playstore. Проанализировав некоторые из них, можно выделить пять основных сфер влияния мобильных приложений на обучение иностранному языку, которые могут помочь обучающимся в развитии грамматических и лексических навыков.

1. Лексические тренажеры. Для удовлетворительного восприятия нетехнических текстов на английском языке, по мнению ученых Б. Лауфера и И. Нейшн, изучающие иностранный язык должны знать, по крайней мере, от 5000 лексических единиц [14, 16]. Но стоит учитывать тот факт, что в средней школе для предмета «Английский язык» отводится всего 105 часов контактной работы, что составляет 3 часа в неделю, таким образом, следует, что у обучающихся нет возможности практиковать все изученные слова в рамках школьных занятий и это приводит к определенным трудностям в обучении иностранному языку. Задача учителя – обеспечить полноценное понимание большого лексического материала за ограниченное время – становится трудно выполнимой. Однако, обучающиеся могут отрабатывать лексический материал за пределами школы, необходимо лишь организовать самостоятельную работу школьников по формированию лексических умений. Решением для данной проблемы может послужить использование мобильных приложений для изучения английского языка. Не стоит забывать и о некоторых недостатках данного подхода: во-первых, новая лексика в мобильных приложениях во многих случаях представлена без контекста; во-вторых, не во всех приложениях есть рекомендации по употреблению изучаемого слова. В то же время рынок мобильных приложений увеличивается с каждым днем, делая контент более продвинутым и интерактивным, поэтому найти именно то, что может полностью удовлетворить ожидания не составит большого труда.

Например, наиболее используемым видом мобильного приложения по изучению новой лексики являются словарные карточки (**flashcards**). Простой, но не менее действенный метод запоминания новых слов. На одной стороне карточки представлено новое слово на английском языке, а на другой – его определение или перевод на родной язык. Кроме того, по результатам опроса, проводимым Р. Оксфрдом и Д. Круколлом, именно словарные карточки стали самым востре-

бованным и популярным методом изучения иностранной лексики [17]. Подводя итоги, можно заявить, что приложения со словарными карточками – оригинальное средство обучения, которое дает изучающим язык возможность подобрать именно тот способ обучения, который подходит под их потребность.

2. Грамматические тренажеры. Грамматика является неотъемлемым аспектом языка, возможность изучать грамматические конструкции и улучшать их применение на практике можно также осуществлять с помощью мобильного устройства. На данный момент специальные программы и приложения предоставляют изучающим иностранный язык практические способы определения ошибок и их исправления в тексте. Так, исследователи А. Шевченко и М. Литвинов создают текстовый редактор, который автоматически проверяет, что вы пишете на английском языке, включая наличие грамматических и орфографических ошибок [13]. **Grammarly Keyboard** – специальное приложение для платформы Android и IOS, которое помогает пользователю набирать текст, предлагая грамматически правильные варианты оформления предложений. Приложение работает с текстами, представленными в интернете: с постами в социальных сетях, текстами электронных сообщений и т. д. Grammarly Keyboard не только помогает писать по-английски без ошибок; приложение анализирует, где и почему присутствует ошибка, и помогает не повторять ошибок в будущем. Показывая каждую вашу ошибку, приложение объясняет, какое правило нарушено и каким образом можно исправить ошибку.

Другим, не менее интересным и полезным грамматическим тренажером, можно назвать мобильное приложение от Британского Совета [11]. Британский Совет определенно является авторитетом в области обучения английскому языку. Приложение для улучшения навыков английской грамматике от Британского Совета разработано специально для тех, кто хочет повысить свою грамотность вне зависимости от уровня владения языком. В приложении представлено 25 больших грамматических тем, более 600 упражнений и свыше 1000 проверочных заданий, многие из которых являются уникальными и помогают пользователю быстро и эффективно запоминать основные грамматические конструкции. Кроме того, в приложении есть наглядные иллюстрации и инструкции, которые представлены на разных языках (арабском, китайском, итальянском) [11].

На данный момент невозможно говорить о полном изучении грамматики в рамках школьной программы только с применением мобильных приложений, тем не менее, последние могут послужить хорошей базой для практики приобретенных новых грамматических правил.

3. Приложения для развития навыков чтения. Новые технологии также затронули и процесс обучения чтению, для того чтобы сделать его более интерактивным и доступным для изучающих иностранный язык. Одним из наиболее интересных примеров данного типа приложений является «читалка» (**English books reader**), от разработчика **Rabbit** [7]. Данное приложение позволяет максимально облегчить процесс чтения аутентичной английской литературы, позволяя учить язык и наслаждаться чтением любимых книг в оригинале. «Читалка» работает с форматами TXT, EPUB и FB2, перевод открывается при нажатии на слово. Для работы нет необходимости иметь интернет-соединение. Помимо самого перево-

да слова, пользователю предоставляется исходное слово, от которого было образованно переводимое. Результаты опроса пользователей показывают, что после применения данного приложения навык чтения возрастает, а лексический запас увеличивается [7].

Т. Сунг, Т. Ву, Ю. Хванг и К. Янг проводили научное исследование с использованием смартфонов с радио метками и Wi-Fi, для изучения эффективности учебной системы на основе чтения [13]. Данная система давала возможность обучающимся не только читать тексты, но узнавать правильное произношение, перевод и синонимы новых для них слов. Тексты предлагались на основе интересных тем обучающимся. После двух месяцев тестирования приложения, более половины опрошенных из 113 участников, заявили о пользе данного приложения и согласились с его положительным эффектом [13].

4. Приложения для развития навыков аудирования. Использование аудиовизуальных средств в обучение иностранному языку начиналось с кассет, магнитофонов и DVD-дисков. На данный момент популярность завоевывает видеозаписи и подкасты. Подкасты – это звуковые файлы в стиле радио-телепередач в Интернете, которые обеспечивают легкий и удобный доступ к учебным материалам, как в образовательном учреждении, так и за его пределами [2]. Изучение языка и культуры страны изучаемого языка на основе аутентичных материалов дает обучающимся уникальный опыт, что приводит к развитию навыков аудирования и декодирования информации. Частое использование аудиоматериала приводит к формированию практических навыков в использовании языка, что говорит о необходимости предоставления обучающимся доступа к этим данным. Большое количество исследований отмечают позитивные последствия использования подкастов в академических целях. По результатам исследования приложения **iTunes U**, подкасты используются в качестве хранилища образовательного контента. В настоящее время значительное количество преподавателей используют подкасты в качестве ресурсов для изучения иностранного языка, но не стоит забывать и о видео материалах. На сегодняшний день в свободном доступе представлено большое количество приложений, которые позволяют просматривать видеоматериалы на английском языке, регулируя скорость и наличие субтитров. Одной из наиболее используемых интернет платформ, по хранению и распространению видеоматериалов, является видеохостинг **Youtube**. На данной платформе представлено большое множество образовательных каналов, где обучающиеся могут просматривать занятия из зарубежных образовательных учреждений по интересующим их темам.

5. Приложения, направленные на развитие навыков говорения. По окончании изучения иностранного языка в рамках школьного курса выпускники школ должны овладеть коммуникативной компетенцией. Обучающийся должен уметь применять в реальных жизненных ситуациях, полученные им речевые навыки. С. Крашен полагает, что воздействие на язык имеет решающее значение [12]. Принято считать, что для того чтобы овладеть высоким уровнем иностранного языка, необходимо длительное пребывание на территории изучаемого языка. По мнению Х. Бирнс, скорее качество обучения, а не пребывание в стране изучаемого языка помогает обучающимся изучить иностранный язык [10]. С. Крашен уверен,

что эффективность обучения, напрямую зависит от качества прилагаемых усилий [12]. В настоящее время, изучающие иностранный язык могут с легкостью погрузиться в виртуальную среду общения на иностранном языке через мобильные приложения. Положительный потенциал мобильных приложений отмечает и К. Беннетт, утверждая, что мобильные приложения могут расширить область общения обучающихся [9]. Мобильный телефон открывает доступ к огромному количеству социальных сетей, которые помогают найти собеседника в любой точке мира. Более того, создано множество приложений для достижения международной коммуникации, которые помогают передавать другим знания о своем родном языке изучать и получать знания о языке своего собеседника. Стоит отметить, что самыми востребованными мобильными приложениями для изучения иностранного языка являются приложения смешанного типа, и редко направленные только на формирование одного из навыков.

На основе проведенного анализа можно сделать вывод о том, что мобильное обучение, бесспорно, является новой формой обучения иностранному языку; однако, на ее базе может быть создана искусственная языковая среда, что делает процесс обучения более эффективным, доступным и интерактивным. Так, применяя мобильные приложения в обучении иностранному языку, можно заметить оптимизацию самого процесса обучения и усовершенствования знаний и умений обучающихся.

Следовательно, применение мобильных приложений в обучении, может привести к повышению уровня владения иностранным языком у обучающихся в основной средней школе. Тем не менее, мобильное обучение имеет определенные недостатки, например, такие как маленький экран, непостоянный заряд аккумулятора, небольшой объем памяти и проблемы доступа к Интернету. Более того, не все обучающиеся могут позволить приобрести подходящее мобильное устройство. Но, несмотря на множество негативных отзывов, можно с уверенностью сказать, что образование не стоит на месте и ищет новые подходы, новые методики преподавания иностранных языков.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бакушин А.А. Инновационные процессы в технологиях обучения / Бакушин А.А. – М.: Гардарики, 2011. – 287 с.
2. Беляков С.А. Управление образованием и инновации / Беляков С.А. // Университетское управление: практика и анализ, 2013. – № 2. – С.68–85.
3. Вагина И.В. Сравнительный анализ систем профессионального образования России и Франции / С.А. Беляков // Наука и школа. – М.: МПГУ. – 2010. – № 6 – С. 25–26.
4. Краснощекова Г.А. Фундаментализация неспециального лингвистического образования: автореф. дис. ... д-ра пед. наук / Г.А. Краснощекова. – Пятигорск, 2016. – 398 с.
5. Самохина Н.В. Использование мобильных технологий при обучении английскому языку: развитие традиций и поиск новых методических моделей / Н.В. Самохина // Фундаментальные исследования. – 2014. – № 6. – С. 591–595.
6. Abdous M. MALL Technology: Use of academic podcasting in the foreign language classroom / M. Abdous, M.M. Camarena, B.R. Facer // Recall 2009. – N 21. – С.76–95.
7. Ally M. Mobile learning: Delivering French using mobile devices / M. Ally, T. Tin, T. Woodburn. – URL: http://mlearn.bnu.edu.cn/source/Conference_Proceedings.pdf/ (дата обращения: 27.02.2020).

8. *Al-Shehri S.* Context in our pockets: Mobile phones and social networking as tools of contextualising language learning / S. Al-Shehri. – URL: <https://goo.gl/6pvBNn/> (дата обращения: 23.02.2020).
9. *Bennett K.R.* Less than a class set / K.R. Bennett. – URL: <ftp://ftp1.sd34.bc.ca/ProD/Innovation/LessThanaClassSet.pdf/> (дата обращения 27.02.2020).
10. *Byrnes H.* Advanced language learning: The contribution of Halliday and Vygotsky / H. Byrnes. – URL: <https://goo.gl/OZgDt2/> (дата обращения 01.03.2020).
11. British Council grammar. – URL: <https://learnenglish.britishcouncil.org/english-grammar-reference/> (дата обращения: 12.02.2020).
12. *Krashen S.* Explorations in language acquisition and use / S. Krashen. – URL: <http://edu6.teacher.com.cn/ywhx103a/kcjj/ckzl/04.pdf/> (дата обращения: 01.03.2020).
13. *Kukulska-Hulme A.* An overview of mobile assisted language learning: From content delivery to supported collaboration and interaction / A. Kukulska-Hulme, L. Shield // *ReCALL*. – 2008. – N 20 (3). – P.271–289.
14. *Laufer B.* The development of passive and active vocabulary in a second language: Same Or different? / B. Laufer // *Applied Linguistics*. – 1998. – N 12. – P. 255–271.
15. Microsoftresearchprogram. – URL: http://research.microsoft.com/enus/coll_75_aboratio/papers/berkeley.pdf/ (дата обращения: 08.03.20).
16. Nation I.S.P. Fluency and learning // *The English Teacher*. – 1991. – N 20. – P.1–8.
17. *Oxford R., Crookall D.* Vocabulary Learning: A Critical Analysis of Techniques / R. Oxford, D. Crookall. – URL: <http://www.teslcanadajournal.ca/index.php/tesl/article/view/566/> (дата обращения: 05.03.2020).

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ АУТЕНТИЧНОЙ ТЕЛЕВИЗИОННОЙ РЕКЛАМЫ В ПРОЦЕССЕ ОБУЧЕНИЯ АНГЛИЙСКОМУ ЯЗЫКУ СТУДЕНТОВ МЛАДШИХ КУРСОВ ЯЗЫКОВОГО ВУЗА

Хамдеева Д.Р.

Использование аутентичных рекламных текстов является одной из современных мультимедийных технологий обучения иностранным языкам на различных этапах учебных ситуаций. Ввиду нехватки современных средств обучения в классических учебных методических комплексах по обучению студентов педагогических специальностей реклама, как многогранный продукт, отличающийся своей емкостью, выразительностью, трансляцией современных реалий, может выступать мотивацией к изучению английского языка по основным учебникам.

Ключевые слова: средства обучения, аутентичные видеоматериалы, телевизионная реклама, рекламный текст.

The use of authentic advertising texts is one of the modern multimedia technologies for teaching foreign languages at various stages of educational situations. Due to the lack of modern teaching aids in classical educational methodological complexes for teaching students of pedagogical specialties, advertising, as a multifaceted product, characterized by its brevity, expressiveness, translation of modern realities, can serve as a motivation for learning English.

Key words: teaching aids, authentic video materials, television advertising, advertising text.

Неограниченные просторы современных медиапространств ежедневно восполняются новыми актуальными мультимедийными ресурсами, которые находятся в свободном доступе для большинства пользователей сети Интернет. Как следствие, преподаватели имеют доступ к неограниченному количеству аутентичного материала для работы со студентами в рамках занятий по изучению английского языка. Видеоматериалы, которые стали доступными для использования в учебном процессе в 1990-е гг., являются относительно новыми средствами обучения иностранным языкам в сравнении с аудиозаписями и учебными методическими комплексами. Пройдя несколько этапов становления как средство обучения, произошла адаптация аутентичных телевизионных передач и видеоматериалов, в том числе, телевизионных рекламных роликов, для использования на занятиях по изучению иностранного языка.

В русском языке под рекламой понимается либо вид деятельности, направленный на создание рекламной продукции, либо результат этой деятельности, т.е. готовый продукт в виде рекламного текста, воплощенного в одном из СМИ или другой форме [1].

В английском словаре «Oxford Advanced Learner's Dictionary Online» можно найти два слова, образованных от латинского глагола «*advertere*», в переводе, означающем «полностью изменить, улучшить»:

1) advertising – «the industry that produces advertisements to be shown on television, printed in newspapers, magazines, etc. (в переводе с англ.: «индустрия, которая производит рекламу, которая будет показана по телевидению, печатается в газетах, журналах и т. д.»); «the business of encouraging people to buy good by means of advertisements» (в переводе с англ.: «бизнес, вдохновляющий людей на покупки посредством рекламы») [8];

2) advertisement в значении «a public notice offering or asking for goods, services, etc.» (с англ.: «публичное уведомление или предложение товаров, услуг и т. д.»); «something used for advertising things, such as a notice on a wall or in a newspaper; or a short film shown on television» (в переводе с англ.: «что-то, что используется для рекламы вещей, например, уведомление на стене или в газете; или короткометражный фильм, показанный на телевидении») [8].

В концепции «рекламный текст» следует принять во внимание тот факт, что понятие «текст» используется для обозначения, как вербального компонента, так и визуального, а также и аудиорядов в графической форме, музыкальном и голосовом сопровождениях, что характеризует рекламу как многогранный продукт [4]. Отметим, что формат рекламы отражают также такие характеристики как: многократность, избыточная повторяемость и коллективный способ создания.

Классификация большого многообразия рекламных текстов происходит по различным критериям: по объекту рекламы (автомобили, бытовая техника, одежда, лекарства и т.д.), по направленности рекламного текста на определенную аудиторию (детская, подростковая реклама, реклама для женщин и мужчин, пенсионеров и т.д.), по СМИ-рекламоносителю (печатный рекламный текст (в журналах, газетах), телевизионный, рекламу на радио, в сети Интернет), по целевому воздействию (социальная, коммерческая).

Реклама традиционно пользуется большой популярностью у молодой аудитории, привлекая внимание своей многомерностью, чувством юмора и вызы-

ваемым эмоциональным подъемом. Ввиду данного факта учеными-методистами выделяются преимущества видеоматериалов на фоне остальных средств обучения иностранным языкам. Рекламный видеотекст является союзом речевого взаимодействия и наглядной демонстрацией мест происхождения событий, внешнего вида, а также невербального поведения героев видеоролика в конкретной ситуации общения. Просмотр яркого и современного видеосюжета телевизионной рекламы является условием для порождения дополнительной мотивации к дальнейшей не только учебной, но и творческой деятельности обучающихся [3].

Преподаватель в процессе поиска подходящих рекламных видеороликов для занятия может обратиться к таким сервисам как YouTube, который является хранилищем разнообразных аутентичных рекламных текстов на разных языках в хорошем качестве и бесплатном доступе. Находкой для преподавателя станет наследие рекламных видеороликов Super Bowl, которые транслируются во время игр чемпионата Национальной футбольной лиги. Рекламные тексты расположены согласно году их выпуска и сопровождаются кратким описанием. При отборе рекламных видеороликов необходимо учитывать их соответствие следующим критериям отбора. Дидактический аспект заключается в актуальности, содействии в развитии аудиовизуального понимания, проблемно-ориентированного подхода, лингвистической компетенции, качестве. Информационный аспект заключается в информационном потенциале рекламного текста. Межкультурный аспект состоит в наличии стимула к повышению интереса к культуре и образу жизни страны, где говорят на изучаемом языке, а также наличие элементов определенной культуры (символы, знаки, невербальное поведение).

Успешное теоретическое обоснование методических аспектов использования рекламных видеороликов в процессе обучения иностранным языкам позволяет внедрить данную технологию в процесс освоения программ высшего профессионального образования. Одним из традиционных учебных пособий для языковых и педагогических вузов является комплексный учебник под единым названием «Практический курс английского языка» под редакцией В. Д. Аракина [2]. Серия учебников с I по V курс предполагает изучение английского языка на основе развития языковых навыков, доведение их до автоматизма, а также изучение основ теоретической и практической педагогики и возрастной психологии. Данное учебное пособие рекомендовано Министерством науки и высшего образования РФ для использования в высших учебных заведениях для студентов педагогических специальностей.

Учебник «Практический курс английского языка» для 2 курса представляет собой курс из девяти уроков, дифференцируемых по тематическому принципу [2]. Одним из основополагающих компонентов каждого урока являются оригинальные, но частично сжатые тексты произведений английских и американских авторов XX века, являющиеся источниками новых речевых образцов, мотивов для устной и письменной речи. Учитывая широкое разнообразие отечественной и зарубежной учебной литературы, мультимедийных технологий, а также требований Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования к содержанию и подаче учебного материала, многие преподаватели приходят к необходимости разнообразить представленные в учебных пособиях задания дополнительными материалами. Согласно методике преподавания ино-

странных языков, упражнения по работе с текстом делятся на предтекстовые, текстовые и послетекстовые. Использование рекламных роликов целесообразно и успешно на предтекстовом этапе. Основными целями заданий данного этапа является мотивация обучающихся на активную работу, снятие возможных трудностей и настройка на успешное выполнение заданий.

Первый модуль учебника второго курса содержит в себе аутентичный отрывок из повести «Fresh from the Country» английской писательницы, учительницы по профессии, Мисс Рид, под названием «Энн знакомится со своим классом» («Anne meets her class»). Данный отрывок повествует о первом уроке молодой учительницы начальной школы Энн Лейси и её способности твердо закрепить свою позицию учителя в новом классном коллективе. Для работы на предтекстовом этапе возможно использовать рекламный видеоролик «Каждый урок формирует жизнь» («Every lesson shapes a life») продолжительностью две минуты, снятое лондонским рекламным агентством «Navas London» в рамках кампании по подбору учителей для Департамента образования Великобритании [5]. Данная телевизионная реклама направлена на то, чтобы вдохновить людей выбрать преподавание как карьеру, подчеркивая беспрецедентную роль, которую учителя играют в формировании жизни обучающихся и студентов, которых они обучают, а также положительное влияние, которое данная профессия может оказать на их собственную жизнь. Для работы с данным видеотекстом можно предложить использование следующих методов. Во-первых, функция «пауза» (в данном случае на девятой секунде) и предложить студентам угадать о ком и о чём будет идти речь в данном видео, угадать его профессию. Во-вторых, продолжить просмотр до пятидесятой секунды без звука и убедиться в том, что главный герой – это молодой учитель в школе. Во время просмотра без звука стоит обратить внимание на возраст и на степень уверенности и открытости учителя. Досмотрев видеоролик со звуком до конца, необходимо поднять вопрос о проблемах психологического характера, с которыми сталкиваются молодые учителя на своих первых уроках в реальных условиях школы и предложить текст Мисс Рид «Энн знакомится со своим классом» для дальнейшей работы.

Оригинальным текстом четвертого модуля учебника является рассказ канадского писателя, известного своими абсурдистскими, юмористическими и сатирическими произведениями, Стивена Ликока «Как мы провели День матери» («How we kept Mother's day»). Писатель в свойственном ему стиле описывает как семья организовала празднование Дня Матери. Для работы с данным рассказом на предтекстовом этапе возможно использовать рекламный видеоролик «Hey Mom, thank you» компании Гугл (Google) продолжительностью одна минута [6]. Просмотр данного видеоролика следует произвести дважды. Во время первого просмотра без звука студентам необходимо догадаться что делают дети. Во время второго просмотра студентам необходимо назвать ситуации, в которых дети звали своих матерей на помощь. Просмотр данной рекламы и ответ на поставленные вопросы послужит стимулом для прочтения текста данного урока.

Представленная методическая часть видеодополнения с использованием аутентичной телевизионной рекламы к учебнику «Практический курс английского языка» под редакцией В.Д. Аракина призвана способствовать формированию

коммуникативных компетенций, развивать критическое мышление, делать занятия более насыщенными и интересными, а также стирать грани условности учебных ситуаций на занятиях.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Добросклонская Т.Г.* Вопросы изучения медиатекстов (опыт исследования современной английской медиаречи) / Т.Г. Добросклонская. – Изд. 2-е, стереотипное. – М.: Едиториал УРСС, 2005. – 288 с.
2. Практический курс английского языка. 2 курс. Учеб. для пед. вузов по спец. «Иностр. яз.» / Л.И. Селянина, Л.Г. Любимова и др.; под ред. [В.Д. Аракина]. – 5-е изд., перераб. и доп. – М.: Гуманит. изд. центр ВЛАДОС, 1998. – 520 с.
3. *Соловова Е.Н.* Методика обучения иностранным языкам: Продвинутый курс лекций: Пособие для студентов пед. вузов и учителей / Е.Н. Соловова. – М.: Астрель, 2010. – 272 с.
4. *Goddard A.* The Language of Advertising: Written Texts / A. Goddard. – London and New York: Routledge, 2001. – 134 с.
5. Каждый урок формирует жизнь. – URL: https://www.youtube.com/watch?v=aGd_Rrs-qNY&t=1s (дата обращения: 10.03.2020).
6. Эй, мама, спасибо. – URL: <https://www.youtube.com/watch?v=JE5QU3W9DY0&t=1s> (дата обращения: 10.03.2020).
7. Longman Dictionary of Contemporary English Online. – URL: <https://www.ldoceonline.com/> (дата обращения: 16.02.2020).
8. Oxford Advanced Learner's Dictionary Online. – URL: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/> (дата обращения: 16.02.2020).

ТВОРЧЕСКИЙ КОМПОНЕНТ В ОБУЧЕНИИ ПИСЬМЕННОЙ РЕЧИ НА СТАРШЕМ ЭТАПЕ В СРЕДНЕЙ ШКОЛЕ

*Шахбанова М.Д.
Шангарева Л.Ф.*

Статья посвящена проблеме формирования творческой самостоятельности обучающихся при обучении письму на старшем этапе в средней школе. В статье были рассмотрены особенности письма как речевой деятельности на старшем этапе в средней школе и структурные компоненты, условия и особенности творческой самостоятельности, способствующей ее развитию.

Ключевые слова: обучение письму, творческая самостоятельность, условия творческой самостоятельности, старший этап средней школы.

The article is dedicated to the problem of students' creative formation while teaching writing skills in high school. The article presents the peculiarities of writing as a speech activity in high school and structural components, conditions and features of creative independence which promote its development.

Key words: teaching writing, creative independence, conditions of creative independence, high school stage.

Отношение педагогов и ученых к обучению письму как виду речевой деятельности никогда не было однозначным. В противоположность грамматико-переводному методу, где обучение письму представляло собой цель обучения, в прямом методе необходимость обучения данному виду речевой деятельности отрицалась [1].

Целью нашего исследования является выявление особенностей формирования творческой самостоятельности обучающихся при обучении письму на старшем этапе в средней школе.

На сегодняшний день обязательные требования к уровню владения письмом закреплены в государственном образовательном стандарте. В качестве конечного требования выступает совершенствование навыков письменно выражать свои мысли. По окончании обучения учащиеся должны освоить личное и официальное письмо, написание аннотаций, изложений, сочинений, поздравлений, планов. Школьники старшего этапа средней школы также должны уметь давать оценку фактам, событиям и явлениям и высказывать свое к ним мнение и отношение [5].

В теории обучения до сих пор вопросы, касаемые обучения письму в школе, остаются не до конца разработанными. На отсутствие эффективных методик обучения письму показывают итоги анкетирования, проведенные среди учителей английского языка и студентов неязыковых вузов [1, 9]. По результатам первого опроса можно увидеть, что учителя оценивают общий уровень выполнения творческих работ на этапе письма в школе как низкий или недостаточный. По результатам второго опроса уровень познавательной активности среди студентов 1-2 курсов у большинства респондентов остается низким. Для многих основной проблемой оказалось неумение самостоятельно работать. Однако, именно это умение нами рассматривается как одно из важнейших условий развития творческой самостоятельности. В своей работе А.А. Шамсиева связывает неумение студентов работать самостоятельно именно с организацией учебного процесса в тех школах, где до поступления в вузы обучались студенты [9, с.135]. Как показывают результаты анкетирования среди учителей английского языка, основными заданиями на этапе письма в школе являются не сочинения, а списывание с подстановкой пропущенных грамматических форм или орфограмм. В то время как такие творческие задания как сочинения, могут выполняться лишь один раз за всю четверть [1]. Несмотря на то, что традиционно проблема творчества считается одной из самых важных в системе образования, однако именно усвоение опыта творческой деятельности не обеспечивается совсем или обеспечивается, но явно недостаточно. По словам практикующих учителей одной из причин сложности в обучении творческой письменной речи является отсутствие до конца проработанных методик, поэтапных упражнений, которые бы позволили обучиться написанию письменных творческих заданий [1].

Вместе с тем, обучение творчеству на этапе письма чрезвычайно важно. Развитие творческой речевой деятельности играет немалую роль на протяжении всего изучения иностранного языка. В своих работах многие ученые (Е.И. Пассов, М.Л. Вайсбурд, А.Д. Климентенко и др.) выступают за объединение всех речевых видов деятельности для улучшения процесса обучения [1]. Р.В. Свиридовой было экспериментально доказано положительное влияние творческой письменной

речи на развитие устной речи. Результаты ее эксперимента показали, что работы учащихся экспериментальных классов были более качественными в языковом отношении. Помимо этого, они были более информативными и объемными. С экспериментальными классами на этапе письма регулярно проводили творческие задания, в отличие от обычных классов, где творческие задания отсутствовали или применялись бессистемно [1]. Развитие творческой письменной речи развивает не только устную речь. Как известно, письмо связано с чтением. Одновременное обучение двум этим аспектам способствует более эффективному овладению звукобуквенными соответствиями. В системе письма и чтения лежит одна и та же графическая языковая система. В процессе письменной речевой деятельности происходит зашифровка мысли при помощи графических символов (кодирование информации), а при чтении эта информация расшифровывается (декодируется). В одновременном процессе обучения чтение будет надежным средством в развитии навыков письменной речи [6].

Старший школьный возраст – это возраст существенных личностных изменений и развития личности в целом. При выборе упражнений на данном этапе необходимо руководствоваться особенностями развития и уровнем иностранного языка обучающихся. Обычно на старшем этапе даются более сложные виды упражнений: упражнения на подстановку, написание письма, сочинения, аннотации и другие. Необходимо помнить, что на данном возрастном этапе становление письменной речи имеет возможность обгонять развитие устной [6].

По мнению И.В. Гладкиной, существуют такие области человеческой жизнедеятельности, к примеру, в образовательной сфере, когда реализация индивидуализации человека напрямую может влиять на повышения эффективности образовательного процесса и становление творческого потенциала его членов [3].

Необходимо обозначить такое важное социально-психологическое условие, которое приобрело для нас принципиальное значение в условиях формирования творческой самостоятельности на этапе письма на старшем этапе у школьников, как творческая атмосфера. С одной стороны, атмосфера творчества является результатом работы всех обучающихся класса. Чаще всего она возникает спонтанно. С другой стороны, она не возникнет без предварительной работы классного руководителя. По мнению А.А. Шамсиевой творческая атмосфера считается результатом специальной методики группового творчества, которую руководитель использовал ранее и использует в настоящий момент [9, с.110]. «Мозговая атака» по праву считается одной из подобных методик. При ее разработке создатели руководствовались понятиями того, что механизмы контроля в нашем сознании помимо выполнения функций адаптации к внешней среде, к сожалению, препятствуют выявлению творческих возможностей обучающихся.

В нашей работе по формированию творческой самостоятельности на этапе письма в старшей школе мы опираемся на соблюдение четырех правил, предложенных А.Н. Луком, которые он выдвинул для стимулирования творческой активности и самостоятельности:

1. Отказ от критики.
2. Поощрение свободного ассоциирования.
3. Поощрение как можно большего количества идей.
4. Поощрение комбинирования и «улучшения» идей другими участниками [4].

Несмотря на то, что на старшем этапе средней школы использование творческих упражнений является ограниченным, обучающиеся могут выбрать, какие лексические и грамматические средства им лучше использовать. Их выбор основан на их индивидуальных предпочтениях и их индивидуальности в целом. На их выбор может влиять склад характера и мышления, темперамент и многие другие качества личности [2, с.5].

Как уже было замечено ранее, сочинение является одним из тех заданий, которые направлены на развитие творческого потенциала при обучении письму. В современной методике к ним были выдвинуты определенные требования. Одно из основных условий посвящено темам сочинений: они должны вызывать интерес обучающихся, на что преподавателю необходимо обращать внимание [6].

Для раскрытия творческого потенциала, а также для развития творческой самостоятельности школьников на этапе письма учителю, помимо того, что ему необходимо обращать внимание на интересы учеников, подбирать материал в соответствии с их потребностями, необходимо выполнять ряд других условий. Об этих условиях рассуждает Ю.В Орлова, среди которых она выделяет:

1. Предоставление свободы выбора. Когда человек находится в ситуации, где ему необходимо осмысленно и самостоятельно совершить выбор, то он начинает по-другому оценивать причины совершаемого им действия. Он начинает смотреть на причину как на действие, за которое он сам несет ответственность. Эта ситуация наиболее благоприятна для создания условий включения внутренней мотивации, так как после совершенного выбора человек ощущает чувство ответственности, напрямую связанную с мотивацией. Примерами, когда ученики получают возможность совершения свободного выбора, могут являться следующие ситуации:

- при написании сочинения, обучающиеся могут выбрать любую из предложенных учителем тем;
- при выборе упражнений на закрепление пройденного материала обучающиеся могут выбрать любые варианты из предложенных учителем;
- ученикам даются на выбор тексты, по одному из которых необходимо написать аннотацию;
- ученикам необходимо письменно ответить на вопросы по тексту.

2. Максимально возможное снятие внешнего контроля. По возможности необходимо отказаться от применения наград и наказаний при оценке результатов обучения. Необходимо отметить, что награды и порицания важны и их нельзя исключать полностью, но необходимы они не для контроля, а для информирования учащегося о том, насколько успешно проходит его деятельность. В худшем случае у ученика может создаться впечатление, что внешняя оценка, которую дает преподаватель, является причиной его поведения, а не он сам. Необходимо добавить, что должны отсутствовать любые наказания за неудачи, потому что неудача, сама по себе, является отрицательным стимулом для учащегося.

3. Процесс занятия должен проходить в атмосфере доверия, взаимоуважения и сотрудничества.

4. Сама личность учителя должна мотивировать учеников. Учитель, его отношение к предмету и к ученикам является лучшим примером для подражания [7, с. 132–133].

Таким образом, творческие задания при обучении иностранному языку на этапе письма обладают огромным потенциалом. Именно их обучающий потенциал придает им такое значение, поэтому преподаватель может активно использовать на каждом занятии. Значимым будет включение творческих задач в учебно-познавательный процесс: задания на рефлексивную догадку или творческую интерпретацию, или интеллектуальный поиск [8]. Для примера можно дать задание по тексту, попросив написать для него продолжение на иностранном языке. Результаты формирования и развития творческой самостоятельности на этапе письма зависят от того, насколько школьники вовлечены в разную творческую активность. Она может подразумевать как вовлечение в учебную, познавательную деятельность, связанную с творческим поиском, так и созданием творческих результатов.

Система образования должна развивать в школьниках инициативность, мобильность, самостоятельность. Будущие выпускники должны обладать стремлением к самообразованию и мотивацией к дальнейшему изучению иностранного языка. Педагогически правильно построенная самостоятельная работа учеников старшего этапа при обучении письму может развивать творческую самостоятельность не только как совокупность определенных интеллектуальных умений и навыков на письме, но и как качество личности.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Бабушис Е.Е.* Обучение письменной речи как творческой деятельности в форме описания, повествования и аргументации: На старшем этапе в школах с углубленным изучением английского языка: автореф. дис. ... канд. пед. наук / Е.Е. Бабушис. – Тамбов, 2000. – 202 с.
2. *Бим И.Л.* Педагогический вуз: состояние и проблемы / И.Л. Бим, Н.Д. Гальскова, Т.Е. Сахарова // Иностранные языки в школе. – М.: ЗАО «РЕЛОД», 1996. – № 6. – С.2–6.
3. *Гладкина И.В.* Развитие творческой активности студентов на основе использования игровых методов обучения иностранному языку: дис. ... канд. пед. наук / И.В. Гладкина. – Ростов-на-Дону, 1999. – С.180.
4. *Лук А.Н.* Творчество / А.Н. Лук // Популярная психология: хрестоматия: Учебные пособия для студентов пединститутов / сост. В.В. Мироненко. – М.: Просвещение, 1990. – С.175–190.
5. *Мусницкая Е.В.* Обучение письму / Е.В. Мусницкая // Текст лекций по курсу «Методика преподавания иностранных языков». – М.: 1983. – 58 с.
6. Обучение письменной речи на старшем этапе средней школы. – URL: https://sinref.ru/000_uchebniki/03800pedagog/000_lekcii_pedagog_07/200.htm (дата обращения: 28.03.2020).
7. *Орлова Ю.В.* Индивидуально-дифференцированный подход к учащимся при формировании лексических понятий: дис. ... канд. пед. наук / Ю.В. Орлова. – Казань, 2001. – 271 с.
8. *Резникова Ю.Г.* Развитие творческой самостоятельности будущих педагогов / Ю.Г. Резникова. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-tvorcheskoy-samostoyatelnosti-buduschih-pedagogov/viewer> (дата обращения: 29.03.2020).
9. *Шамсиева А.А.* Формирование творческой самостоятельности студентов в процессе обучения иностранному языку в неязыковых вузах: дис. ... канд. пед. наук / А.А. Шамсиева. – Казань, 2005. – 226 с.

ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ КОРПУС В ОБУЧЕНИИ ФРАЗЕОЛОГИИ В ЯЗЫКОВОМ ВУЗЕ

Шишмагаева О.А.

Гизатова Г.К.

Статья посвящена особенностям использования корпусных технологий в обучении фразеологии английского языка в языковом вузе. В статье предложены упражнения, направленные на обучение фразеологии английского языка. Все представленные упражнения созданы на основе английских корпусов.

Ключевые слова: корпусная лингвистика, конкорданс, фразеологическая единица, идиома, обучение языкам на основе корпусных технологий.

The article describes the peculiarities of using corpus in teaching English phraseology in linguistic universities. The article presents different kinds of exercises which are aimed at helping students to learn English phraseological units. All the exercises provided in this article are based on the English corpora.

Key words: corpus linguistic, concordance, phraseological units, idiom, corpus-based language teaching.

Корпусная лингвистика – раздел компьютерной лингвистики, занимающийся разработкой общих принципов построения и использования лингвистических корпусов (корпусов текстов) с применением компьютерных технологий [3, с. 7]. Термин «корпусная лингвистика» введен в общее употребление в 1960-е годы благодаря развитию практики создания корпусов, которому в свою очередь способствовал рост современных компьютерных технологий.

Конкорданс – список всех употреблений запрошенного слова в контексте с ссылками на источник [2, с. 25]. Именно конкорданс позволяет построить поиск в корпусе. Сегодня мы можем использовать корпусы для получения информации и статистических данных о языке. Более того, благодаря корпусам мы можем получить информацию о частотности употребления лексем, грамматических категорий, о сочетаемости лексических единиц. Корпус позволяет провести анализ и выявить статистику употребления того или иного слова. Благодаря данным, которые содержит корпус, мы можем проанализировать изменения в языке, связанные со временем, историческими событиями, открытиями, ростом компьютерных технологий и т.д.

В современном мире корпусная лингвистика знакома ученым как новый подход к лингвистике в целом, корпусная лингвистика – исследование языка в его реальной, настоящей жизни.

Одним из первых, кто пропагандировал использование корпусных технологий в классе, был Тим Джонс, воодушевляющий преподаватель, работавший в Бирмингемском университете на кафедре педагогики, а не иностранных языков. Он приводил следующие аргументы в пользу «обучения на основе данных»: так,

изучая примеры, учащиеся узнают о правилах и конструкциях языка, а также о его исключениях. Т. Джонс приносил распечатки с конкордансами на свои уроки – и это было за двадцать лет до того, как в классах появились компьютеры. Преподаватель считал, что учащийся должен сам почувствовать себя исследователем, и именно корпус может предоставить такую возможность [6, с. 20].

Мы можем выделить два вида использования корпусов. Первый – прямой: в классе, когда учащиеся напрямую работают с конкордансами, второй – косвенный, когда корпусы используются людьми, которые составляют словари, методические пособия, учебники и другие учебные материалы [4, с. 63].

Успех корпусов в обучении очевиден и не подлежит сомнению, тем не менее, корпусным технологиям и возможностям их использования в процессе преподавания иностранных языков в отечественной практике уделяется мало внимания. Это связано, в первую очередь, с недостаточной компьютерной оснащённостью классов в российских школах и в высших учебных заведениях, в отличие от США и многих развитых европейских стран. Вследствие этого преподаватели недостаточно информированы как об эффективности использования корпуса в аудитории, так и об объективной оценке аутентичных корпусных данных. Следует, однако, отметить, что в ведущих вузах России, в частности, в Высшей школе иностранных языков и перевода Казанского федерального университета, в успешно проводятся занятия с использованием корпусных технологий [5].

Главная задача преподавателей иностранных языков – научить студентов коммуникации, подготовить их к общению на иностранном языке. Мы считаем, что кроме лексики, грамматики, исключительную важность в обучении студентов представляет знакомство с фразеологией изучаемого языка, которая широко употребляется ее носителями. Знание и использование студентами фразеологических единиц необходимо для успешной коммуникации. Поэтому в разработанных нами упражнениях мы использовали только те фразеологические единицы английского языка, которые, как показали результаты нашего корпусного исследования, широко употребляются сегодня в речи носителей английского языка.

Рассмотрим необходимые для исследования термины. *Идиома* представляет собой устойчивый оборот речи, словосочетание, значение которого не складывается из значений составляющих его слов [1]. Например, *go cold turkey* «внезапно прекратить что-то делать, бросить какую-либо вредную привычку». Устойчивое сравнение также является фразеологическим словосочетанием, например, *as clear as day* «ясно, как день». Биномиалы, в свою очередь, представляют собой особый тип идиом, состоящих из двух слов и союза *and* или *or*, например, *give or take* «примерно».

Ниже представлены упражнения, сформированные нами на основе трех корпусов: Corpus Of Contemporary American English, (560 млн), British National Corpus (100 млн) и The Movie Corpus (200 млн).

Упражнение 1. Студентам предоставляется список идиом. Они работают на базе двух корпусов: BNC (British National Corpus), содержащем тексты британского английского, и COCA (Corpus Of Contemporary American English) – американского английского. Студентам необходимо определить, какие из предложенных им идиом используются в речи британцев, а какие – в речи американцев.

Task 1. Search the following idioms in the two corpora: BNC and COCA. Define which of the idioms given below are British and which are American. Complete the table.

<i>peaks and troughs</i>	<i>flog a dead horse</i>	<i>it's down to you</i>	<i>argue the toss</i>
<i>be all and end all</i>	<i>take something with a grain of salt</i>	<i>skeletons in the cupboard</i>	<i>beat a dead horse</i>
<i>skeletons in the closet</i>	<i>sweep something under the rug</i>	<i>take something with a pinch of salt</i>	<i>peaks and valleys</i>

British Idioms	American Idioms

Упражнение 2. В данном задании студентам предлагаются предложения с использованием устойчивых сравнений. Учащимся необходимо заполнить пропуски в предложениях, используя следующие корпусы: BNC и COCA.

Task 2. Using the BNC and COCA, complete the following. One word is required in each sentence.

In this case, the hard drive was absolutely fine, so one of our engineers just replaced the Sony Vaio's broken screen, and had the device *as good as* _____ in a few hours.

1. She is too tender and good to do any such thing, and if she were only not dumb, and could justify herself, then her innocence would be *as clear as* _____.

2. He told me that everything was *clean as a* _____, and there was no need to clean anything.

3. You were stark naked looking for your contact lens and I bent down to help you and you, *blind as a* _____, never even noticed that.

4. To help my skin look *as fresh as a* _____, I packed carefully some amazing Skincare products.

5. All you have to do is be *as good as* _____ for a week.

6. At a friend's thirteenth birthday, and they'd all been *high as* _____ at the time.

7. All I've gotta do now is try to avoid spending the buffer I have created in its entirety over the weekend and everything should be *right as* _____ again!

8. Mary Bell's love for men soured from that day forward turning her heart *as cold as* _____.

9. If you are looking for flash-based and online games that are *as easy as* _____ to play, you don't need to look further – fishing games are yours for the taking!

Упражнение 3. В задании студентам дается небольшой список биномиалов для ознакомления, затем им предлагается ответить на вопрос, знакомы ли они с представленными выражениями. Если учащиеся сомневаются, им предлагается предположить значения, прочитав примеры из корпуса с данными выражениями. После того, как учащиеся при помощи контекста понимают значения представленных биномиалов, им необходимо сопоставить выражения с их дефинициями.

Task 3. Look at the binomials below. Which of them are familiar to you? Which are not? Consult the following concordances and try to understand binomials' meanings. Match binomials with their definitions.

<i>peace and quiet</i>	<i>rain or shine</i>	<i>part and parcel</i>
<i>neat and tidy</i>	<i>give or take</i>	<i>odds and ends</i>

1. So she'd be able to have a few moments of *peace and quiet* in which to interview the woman.

2. After a struggle with the wind we managed to get the meadow looking *neat and tidy*; tables were loaded on to a dumper and the villagers made for home with their booty.

3. Every morning, *rain or shine*, school or holidays, they sat round at breakfast deciding what work had to be done that day and sharing it out.

4. What with all those houses, plus the school, he must have been worth close to a million pounds, *give or take* the odd thousand.

5. On a briefing for an operation do you have to give further recommendation to advise on instructions about the use of guns or is that *part and parcel* of training?

6. His mother had shown him lots of things, photographs and even *odds and ends* she'd had as a child, but she'd never shown him her wedding-dress.

1. rain or shine	A. tranquility; freedom from stress or interruptions
2. neat and tidy	B. approximately; plus or minus some unknown amount
3. peace and quiet	C. an essential or integral component
4. give or take	D. miscellaneous remnants, leftovers, fragments, scraps, bits
5. part and parcel	E. clean and organized
6. odds and ends	F. regardless of what the circumstances are, and how the weather is

1	2	3	4	5	6

Предложенные нами упражнения были составлены на основе корпусов, а составленные задания могут быть применены на уроках английского языка, как в старших классах школы, так и в университете.

Главная особенность корпуса заключается в том, что он не изобретает ничего нового – дает аутентичный контекст, благодаря которому студенты лучше запоминуют информацию об использовании в нашем случае фразеологических единиц. Другими словами, преподавателями на основе корпусов может быть составлено множество разных эффективных упражнений. Более того, учащиеся могут использовать корпусы, выполняя любое заданное им упражнение.

Одним из преимуществ использования корпуса в обучении является тот факт, что студентам нравится работать с корпусами, так как учащиеся сами становятся исследователями. И хотя обучающимся уже даются вопросы, на которые надо ответить и задачи, которые надо решить, тем не менее, они будут использовать корпус, чтобы самостоятельно выяснить, как ведут себя в языке те или иные грамматические и лексические формы.

С помощью корпуса студенты приобретают знания о языке, который они изучают. Знакомство студентов с этой моделью изучения языка может стать отправной точкой для обучения и проведения исследований на более высоких уровнях владения языком. Таким образом, корпусную лингвистику можно рассматривать и как модель обучения, в которой студенты берут ответственность за свое собственное обучение.

ЛИТЕРАТУРА

1. Большой толковый словарь русского языка / под ред. С.А. Кузнецова. – СПб: Норинт, 2003. – 1536 с.
2. Грудеева Е.В. Корпусная лингвистика: учебное пособие / Е.В. Грудеева. – 2-е изд., стер. – М.: ФЛИНТА, 2012. – 165 с.
3. Захаров В.П. Корпусная лингвистика: Учебник для студентов направления «Лингвистика» / В.П. Захаров, С.Ю. Богданова. – 2-е изд., перераб. и дополн. – СПб.: СПбГУ, РИО, Филологический факультет, 2013. – 148 с.
4. Corpora and Language Learning with the Sketch Engine and SKELL / Kilgarriff A., Marcowitz F., Smith S. and others / Revue Française de Linguistique Appliquée. – 2015. – P. 61–80.
5. Gizatova G.K. Corpus-based Approach to Foreign Language Teaching / G. K. Gizatova, D.R. Sabirova // Proceedings of INTED2018 Conference 5th-7th March 2018, Valencia, Spain. – P. 3722–3727.
6. Mari Carmen Campoy. Corpus-based Approaches to English Language Teaching (Corpus and Discourse) / Mari Carmen Campoy, Maria Lluisa Gea-valor, Begona Belles-fortuno. – London: Bloomsbury Publishing PLC, 2010. – 281 p.

КРИТЕРИИ ОТБОРА АУТЕНТИЧНЫХ ВИДЕОМАТЕРИАЛОВ ДЛЯ ОБУЧЕНИЯ МОНОЛОГИЧЕСКОЙ РЕЧИ УЧАЩИХСЯ СТАРШИХ КЛАССОВ НА УРОКАХ ФРАНЦУЗСКОГО ЯЗЫКА

*Яруллина Ф.И.
Мубаракшина Д.И.*

Статья посвящена критериям отбора аутентичных видеоматериалов для обучения монологической речи на уроках французского языка с учетом основных современных методических принципов: насыщенности материала лингвострановедческой информацией, коммуникативной направленности процесса обучения, повышения мотивации и личной заинтересованности учащихся. Применение видеоматериалов формирует мотивацию к обучению и, следовательно, навыки устной речи. В статье представлены электронные образовательные ресурсы для учителей французского языка с аутентичными материалами.

Ключевые слова: французский язык, критерии отбора, монологическая речь, аутентичные видеоматериалы, навыки говорения.

The article is devoted to the criteria for selecting authentic video materials for teaching monologue speech at the French lessons, taking into account the main modern methodological principles: the saturation of the material with linguistic and regional

information, the communicative orientation of the learning process, increasing motivation and personal interest of students. The use of video materials creates motivation for learning and, therefore, develops speaking skills. Electronic educational resources for French teachers with authentic materials are presented.

Keywords: French language, selection criteria, monologue speech, authentic materials, speaking skills.

Современная французская разговорная речь характеризуется изобилием *жаргона и сленга*. Учащиеся с низким уровнем владения языком не могут распознать эти элементы и испытывают затруднения в коммуникативных ситуациях. Широкое распространение сниженных лексических единиц арго в теле- и радиопрограммах, в периодической печати, в сети Интернета явилось результатом повышенного интереса лингвистов и методистов, которые обращают внимание на необходимость использования при обучении речевых конструкций, существующих в реальных коммуникациях. При этом необходимо учитывать, что использование одной и той же реплики в разных ситуациях может пониматься по-разному. В этой связи отбор аутентичного видеоматериала для обучения монологической речи на фоне французской культуры приобретает особое значение [3, с. 151].

Чтобы работа с аутентичными материалами оказалась эффективной на практике, преподаватель должен иметь четкое представление о результате, которого он хочет достигнуть при показе фильма или использовании какого-нибудь другого видеоресурса. В соответствии с этим учитель составляет план работы, в котором обозначаются учебные цели и задачи. Затем ему следует организовать работу по выбору самого материала.

Когда преподаватель занимается отбором видеофильмов, он должен принимать во внимание многие факторы. Ему необходимо знать *основные критерии* отбора аутентичного видеоматериала для обучения монологической речи, которые мы представляем ниже [2, с. 11].

1. Фильмы и другие видеоматериалы целесообразно подбирать **в соответствии с возрастом учащихся**. Их уровень знания иностранного языка должен быть приближен к уровню владения родным языком.

2. Видеоматериал должен содержать **интересную и познавательную информацию** для учащихся.

3. В материале должны быть представлены **разнообразные речевые жанры**. Таким образом, учащиеся могут познакомиться с официально-деловым, научным, разговорным стилем общения.

4. В аутентичных фильмах имеются **избыточные элементы информации**. Раскрывая основное содержание, авторы параллельно добавляют дополнительную информацию, например, это могут быть какие-то научные факты. Преподаватель на свое усмотрение может заострить внимание учащихся на этом, если считает необходимым дополнительно поработать с интересными, с его точки зрения, лексическими формами.

5. Видеоматериал должен отражать **реальные жизненные обстоятельства, естественные ситуации**, что, как правило, находит большой отклик у учащихся.

6. Известно, что эффективно воздействуя на зрительные и слуховые каналы, видеофильмы способны **вызвать различные эмоции**: смех, печаль, сопереживание. Данный факт также не должен быть обойден вниманием со стороны преподавателя при отборе соответствующего материала для работы и разработке определенных заданий к нему.

7. Так как мы рассматриваем проблему отбора видеоматериалов для обучения учащихся старших классов с их неокрепшей психикой и очень часто не оформившимся мировоззрением, то важно, чтобы эти материалы выполняли и **воспитательную роль** [1, с. 98].

Особое внимание необходимо уделять тем учебным видеофильмам, которые показывают *отличительные стороны национального менталитета и общения*, передают самобытность социальной культуры.

В своей работе преподаватели могут использовать не только видеофильмы, но также материалы различных программ. В соответствии с жанрово-тематической направленностью данные аутентичные видеоматериалы условно можно разделить на три вида:

1. Развлекательные программы. В эту группу можно отнести различные шоу, спортивно-развлекательные программы, музыкальное видео и т.п.

2. Программы, основывающиеся на фактической информации. Это документальные программы, телевизионные ток-шоу, дискуссии и т.п.

3. Короткие программы длительностью до 15 минут. Среди них можно выделить рекламные объявления, прогноз погоды, новостные репортажи и т.п.

Довольно часто на практике работа с видеоматериалами заключается лишь в самостоятельном просмотре кинофильма или программы учениками с последующей проверкой учителем общего понимания сюжета. Мы полагаем, это неправильный подход к работе с видеоматериалом, так как в нем отсутствует важное звено – процесс обучения. И здесь задача учителя заключается именно в том, чтобы создать систему упражнений, с помощью которых ученики будут обращать внимание на текстовые особенности экранного произведения, на специфические выразительные средства. Таким образом, у учеников сформируется стратегия просмотра фильма [5, с. 126]. Конечно, отбор фильмов либо других видеоматериалов, разработка заданий к ним, является очень трудоемким процессом, к которому преподаватель должен подходить со всей ответственностью.

Раскрывая тему отбора аутентичных видеоматериалов для обучения французскому языку, особое внимание хочется уделить значимости интернет-каналов. К примеру, существующий с 1984 г. первый французский телевизионный интернет-канал **TV5Monde** предоставляет учебные материалы, которые используют на бесплатной основе как ученики, изучающие французский язык, так и преподаватели французского языка. Этот канал объединил свои усилия с издательством *Hachette* для продвижения французского языка и культуры по всему миру и предоставил свое мультимедийное пространство для размещения видеоматериалов к учебнику французского языка *Totem* [4]. Уникальностью этого информационно-образовательного ресурса является и то, что видеосюжеты дополнены упражнениями, которые ученики могут выполнить сразу при просмотре в режиме онлайн.

С 2017 г. на сайте **apprendre.tv5monde.com** можно заниматься по учебнику для специальных целей *ObjectifDiplomathie (Le français des relations internationales*

et européennes). Для учеников с уровнем А1 представлено 20 видеосюжетов, каждый сопровождается 4-8 упражнениями; для уровня А2 – 1 видеосюжет. Чтобы обучающиеся лучше понимали содержание, видеоматериалы сопровождаются субтитрами. Для самостоятельной работы здесь есть упражнения на отработку лексики и грамматики для учеников с разным уровнем владения языком. В коллекции *Objectif Diplomatie* есть различные сюжеты на тему международных отношений, жизни и работы дипломата, а также и на бытовые темы.

Для учеников уровня А 2 на сайте **TV5Monde** есть подборка материалов *Géopolitis*, которая содержит 10 видеосюжетов на геополитическую тематику, а также выпуски международных новостей *7 jours sur la planète*. Образовательный ресурс **TV5Monde** позволяет изучать французский язык на самом актуальном аутентичном видеоматериале, так как документы ежедневно обновляются. Когда ученики активно работают с видеоресурсом, выполняя задания, у них происходит интернет-погружение в естественную языковую среду, что делает процесс обучения эффективным и плодотворным.

Таким образом, в современных условиях у преподавателя есть возможность при помощи Интернет-ресурсов разработать свои уникальные уроки для учеников с учетом их индивидуального уровня владения французским языком.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Зимняя И.А.* Психология обучения иностранному языку в школе / И.А. Зимняя. – М.: Просвещение, 2008. – 222 с.
2. *Носонович Е.В.* Методическая аутентичность в обучении иностранным языкам / Е.В. Носонович. – М.: Иностранные языки в школе, 2010. – 54 с.
3. *Фокина К.В.* Методика преподавания иностранных языков / К.В. Фокина, Л.Н. Тернова, Н.В. Костычева. – М.: «Юрайт», Высшее образование, 2009. – 160 с.
4. *Хуторской А.В.* Что такое современный урок / А.В. Хуторской. – URL: <http://www.eidos.ru/journal/2012/0529-10.htm> (дата обращения: 23.03.2020).
5. *Щукина Г.И.* Педагогические проблемы формирования познавательных интересов учащихся / Г.И. Щукина. – М.: Педагогика, 1988. – 351 с.

ПРИМЕНЕНИЕ РЕФЛЕКСИВНОГО ДНЕВНИКА В ПРОЦЕССЕ ОБУЧЕНИЯ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ НА СРЕДНЕМ ЭТАПЕ

*Ястребова Е.В.
Амирханова К.М.*

Данная статья посвящена анализу существующих подходов к применению такой рефлексивной техники, как использование рефлексивного дневника на уроках иностранного языка на среднем этапе обучения. Авторы описали собственный опыт применения рефлексивного дневника и указали свои рекомендации по его внедрению в учебный процесс.

Ключевые слова: рефлексия, преподавание английского языка как иностранного, рефлексивный журнал, школьное обучение.

The article analyzes development approaches to the use of Reflective Journals in EFL classroom in secondary school. The authors described their own experience and offer recommendations to implement this technique into teaching practice.

Key words: reflection, teaching English as a foreign language, reflective journal, school.

В контексте непрерывно развивающегося современного мира обучение иностранному языку характеризуется своей насыщенностью. Изменения такого рода ставят образовательный процесс на новый уровень и требуют поиск новых современных методов, способствующих совершенствованию урока и повышению его эффективности. Рефлексивная деятельность является неотъемлемым компонентом учебного процесса, который поможет обучающимся осознать изученный материал, выявить наиболее слабые места, а также найти способы их совершенствования и выстроить план дальнейшей работы над собой. Рефлексия благоприятствует формированию творческих навыков и познавательной самостоятельности ученика, что представляет собой обязательный критерий среды благополучного изучения и совершенствования знаний по изучаемому иностранному языку.

На сегодняшний день в России существует тенденция обучения учеников добывать знания самостоятельно, а без применения рефлексивных навыков в большинстве случаев это невозможно. В процессе современного урока иностранного языка, соответствующего требованиям ФГОС (Федерального государственного образовательного стандарта), обязательным является этап рефлексии. Основной задачей рефлексии в ходе изучения иностранного языка является понимание происходящего на уроке и выделение главных моментов, а также осмысление занятия с помощью анализа.

Выделяют различные виды рефлексивной деятельности, используемые учениками на разных стадиях урока. Текущая и итоговая рефлексия применяется либо в процессе предметной деятельности, либо непосредственно в конце ее. Согласно цели урока выделяют рефлексии деятельности, содержания учебного материала и психоэмоционального состояния. Следовательно, учитель иностранного языка может подобрать вид рефлексии, соответствующий цели урока, и стимулировать учеников применять его в конкретных ситуациях.

Существует множество исследований, посвященных изучению и разработке упражнений, направленных на развитие рефлексивных навыков. Так методологической базой нашей исследовательской работы послужили труды отечественных и зарубежных авторов, таких как И.В. Дубровина, А.В. Хуторской, В.Л. Соколов, С.Б. Спиридонова, К.М. Амирханова, Farrah M., Kolb D.A., Dument J.E. и O'Connell T.S [1, 4, 2, 3, 5, 8, 7, 6]. Однако, несмотря на существование множества работ в области преподавания иностранного языка, феномен рефлексии остается до конца неизученным.

Основываясь на принципах методологической базы преподавания иностранных языков, были определены алгоритм работы с новым учебным материалом, методические указания, а также разработаны практические рекомендации по обучению рефлексивной деятельности в средней школе.

Обращение к рефлексивной деятельности способствует формированию творческих навыков и познавательной самостоятельности ученика. На среднем этапе обучения рефлексивный дневник является наиболее эффективным приемом, который помогает совершенствовать знания учеников. Такой тип работы имеет определенные преимущества и недостатки. Используя данную методику, обучающиеся приобретают навыки определения цели деятельности, оценивания реального уровня знаний и собственных достижений, планирования работы по изучению иностранного языка. Данный вид работы также способствует повторению пройденного курса. Из недостатков выделяют следующее: скептическое отношение обучающихся к такому типу работы, возникновение чувства усталости в процессе заполнения дневника и отсутствие четких критериев его оценивания [5, с. 254–255].

Г.П. Щедровицкий выделяет пять основных этапов овладения рефлексивной деятельностью: исследование ситуации, выявление затруднений в деятельности, установление причин затруднений, критика старой нормы, выработка новой ситуации [3, с. 77]. Опираясь на вышеперечисленные принципы работы, а также учитывая анализ отечественной и зарубежной литературы, нами был разработан рефлексивный дневник, который можно применять как средство самоконтроля на уроках английского языка в средней школе.

Таблица 1

Структура рефлексивного дневника

<i>Date:</i>	<i>I already knew:</i> (Что я знаю:)	<i>Today I've learned:</i> (Что я сегодня узнал:)	<i>Questions for my teacher:</i> (Вопросы для учителя:)	<i>Questions for self-study:</i> (Вопросы для самостоятельного изучения:)
<i>Topic:</i>	<i>Difficulties I still have:</i> (Какие затруднения я до сих пор испытываю:)	<i>How can I improve them?</i> (Как я могу от них избавиться?)	<i>How will I apply my knowledge?</i> (Как я смогу применить свои знания?)	<i>Am I satisfied with the results?</i> (Доволен ли я своими результатами?) ☺☹☺

С целью апробации разработанного рефлексивного дневника была проведена работа на уроке английского языка в 6 А классе в МАОУ «Центр образования № 159» Октябрьского района г. Уфы Республики Башкортостан. Контрольный срез был проведен дважды в первой и второй подгруппе по темам “Food&Drinks. Vocabulary” и “Countable – Uncountable Nouns”. Данные темы были изучены годом ранее, на текущем этапе обучения происходит повторение лексического и грамматического материала по УМК «Английский в фокусе»: (Spotlight) Ю.Е. Ваулина, Д. Дули, О.Е. Подоляко, В. Эванс в 9а модуле “Food &Drinks”.

Первый срез был проведен в обеих подгруппах до начала работы с темами “Food&Drinks. Vocabulary” и “Countable – Uncountable Nouns”. Затем в процессе

углубленного изучения данной тематики ученикам первой подгруппы было предложено вести рефлексивный дневник в течение двух недель. Во второй подгруппе такое средство самоконтроля не применялось. По окончании изучения грамматического аспекта в первой и второй подгруппах контрольный срез был произведен повторно.

Данное исследование показало, что ученики первой подгруппы 6 А класса МАОУ «Центр образования № 159» Октябрьского района г. Уфы Республики Башкортостан, в которой рефлексивный дневник заполнялся систематически, темы “Food&Drinks.Vocabulary” и “Countable – Uncountable Nouns” были усвоены лучше. С результатами эксперимента можно ознакомиться в Таблице 2.

Таблица 2

Результаты эксперимента

	Количество учащихся	Результаты первого среза	Результаты второго среза	Итоговые результаты
Первая подгруппа	15	1) 23%- удовлетворительно 2) 51% – хорошо 3) 26% – отлично	1) 12%- удовлетворительно 2) 59% – хорошо 3) 29% – отлично	показатель № 1 сократился на 11% показатель № 2 увеличился на 8% показатель № 3 увеличился на 3%
Вторая подгруппа	14	1) 21%-удовлетворительно 2) 57% – хорошо 3) 22% – отлично	1) 19%- удовлетворительно 2) 59 % – хорошо 3) 22% – отлично	показатель № 1 сократился на 3% показатель № 2 увеличился на 2% показатель № 3 не изменился

Результаты нашей исследовательской работы позволяют определить следующие методические рекомендации для учителей по применению рефлексивного дневника в средних классах:

- для облегчения ведения дневника, дневник должен обладать четкой формой и структурой;
- вести дневник необходимо систематически в специально отведенной тетради, чтобы учитель мог контролировать качество его заполнения;
- ученикам необходимо регулярно обращаться к своим записям для лучшего усвоения материала и его повторения;
- в первое время ученики могут испытывать некоторые трудности с ведением дневника, поэтому учителю необходимо контролировать его ведение, оставляя свои комментарии, тем самым обеспечивая обратную связь;
- ученикам с низким и средним уровнем знаний иностранного языка дневник рекомендуется вести на русском языке, ученикам с более продвинутым уровнем – на иностранном;
- дневник позволяет отслеживать качество работы над материалом, ввиду чего учитель может предложить более усложненную или упрощенную структуру дневника;

– при разработке дневника учителю необходимо учитывать психоэмоциональные и физиологические особенности учеников, которые могут способствовать как торможению учебного процесса, так и его прогрессу. Дневник, в котором учитываются возрастные особенности, поможет раскрыть способности обучающихся.

Таким образом, изучение отечественной и зарубежной литературы, а также результат нашей экспериментальной работы позволяют сделать следующие выводы: применение рефлексивного дневника в средней школе способствует развитию рефлексивного мышления, отличающегося когнитивной гибкостью; формированию умения самостоятельного приобретения новых знаний, то есть самостоятельного совершенствования интеллектуальных и познавательных способностей; развитию умения контролировать свои действия, принимая во внимание ошибки, умения самостоятельного формирования вопросов и проблем, а также развивает способности оценивания своего психоэмоционального состояния. Однако, для достижения данных целей учитель иностранного языка должен придерживаться определенных рекомендаций, которые и были представлены в нашей работе.

ЛИТЕРАТУРА

1. Дубровина И.В. Практическая психология в лабиринтах современного образования: монография / И.В. Дубровина. – Москва: Московский психолого-социальный университет: Изд. дом РАО, 2014. – 455 с.
2. Соколов В.Л. Опыт диагностики анализа и рефлексии как универсальных учебных действий / В. Л. Соколов // Психологическая наука и образование. – 2012. – № 3. – С.29.
3. Спиридонова С.Б. Рефлексия в самопознании школьников / С.Б. Спиридонова // Научно-образовательный журнал. – 2012. – № 4(18) – С. 1–5.
4. Хуторской А.В. Основы обучения: Дидактика и методика / А.В.Хуторской. – М.: Издательский центр «Академия», 2013. – 352 с.
5. Amirkhanova K.M. Reflective journal writing in formation of reflective thinking of undergraduates learning English / K.M. Amirkhanova // Philology and Culture. – 2014. – №1. – P. 264–269.
6. Dymont J.E. The quality of reflection in student journals: A review of limiting and enabling factors / J.E. Dymont, T.S. O’Connell // Innovation in Higher Education. – 2010. – Vol. 35. – P. 233–244.
7. Farrah M. Reflective journal writing as an effective technique in the writing process / M. Farrah. – URL: <https://www.academia.edu> (дата обращения: 28.02. 2020).
8. Kolb D.A. Experiential learning: Experience as the source of learning and development. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall. – 1984. –Vol. 1. – P. 22–30.

ГЛАВА 4. ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА ПЕРЕВОДА

СПОСОБЫ ПЕРЕДАЧИ ИСТОРИЧЕСКИХ РЕАЛИЙ НА РУССКИЙ ЯЗЫК (НА МАТЕРИАЛЕ РОМАНА В. СКОТТА «КВЕНТИН ДОРВАРД»)

*Валеева Р.Р.
Нуртдинова Г.М.*

Статья посвящена исследованию исторических реалий и особенностям их перевода на примере романа В. Скотта. В статье представлены результаты сопоставительного анализа переводов, выполненных М. Шишмаревой (1897) и Н. Мазуренко (2010), в результате которого выделяются основные приемы перевода английских исторических реалий на русский язык.

Ключевые слова: безэквивалентная лексика, реалии, перевод, проблемы перевода, переводческие трансформации.

The article deals with the study of linguistic realities and their translation issues on the example of W. Scott's work "Quentin Durward". The results of a comparative analysis of M. Shishmareva's (1897) and N. Mazurenko's (2010) translations are presented in the paper. The main methods of translation of English historical realities into Russian are highlighted.

Key words: non-equivalent words, linguistic realities, translation, translation issues, transformations.

В современных исследованиях перевод чаще представляет собой особый вид коммуникации, в котором тесно взаимосвязаны не только два языка, но и две культуры. Особый интерес в данном случае представляет художественный перевод, в котором наиболее ярко выражено взаимодействие различных культурных особенностей. Национально-культурная специфика художественных произведений является их своеобразным временным, местным и историческим контекстом. Главными выразителями культурного своеобразия в данном случае выступают *слова-реалии*.

Реалии являются традиционной темой для современной теории перевода и рассматриваются практически во всех учебных пособиях по переводоведению [7]. В рамках статьи в определении понятия «реалии» будем ссылаться на многовековой опыт отечественных и зарубежных деятелей науки. Так, реалии в работах ученых трактуются двояко:

1) данный термин используется для обозначения определенных явлений и уклада жизни, которые характерны для страны, а также различных бытовых предметов и понятий, связанных с культурой, традициями и верованиями конкретной нации, которые отсутствуют в других национальных общностях;

2) реалиями выступают лексические единицы, служащие для номинации этих национальных явлений, объектов и понятий [4, 5].

Мы основываемся на точке зрения С. Влахова и С. Флорина. В частности, болгарские ученые под *реалиями* подразумевают лексические единицы, служащие для наименования явлений и предметов, объектов, связанных с культурой, традициями и верованиями, а также общественным укладом определенной нации, и отсутствуют в других национальных общностях. Так, в других языках нет точных эквивалентов, которые могли бы передать реалии, выражающие национально-исторические особенности. Следовательно, для их передачи на другой язык не применяются общепринятые правила перевода лексических единиц, а используются особые приемы перевода [1, с. 17; 7].

К специфике реалий относим следующие характеристики:

- 1) вербальность, поскольку данные единицы вербально выражают специфические характеристики национальной культуры;
- 2) безэквивалентность неосвоенных реалий, которые входят в состав безэквивалентной лексики. Что касается освоенных реалий, то они не обладают этой характеристикой;
- 3) сложность перевода, поскольку перевод реалий связан с использованием особого подхода в переводческом процессе;
- 4) статусность, так как реалии одновременно могут относиться к нескольким лексическим категориям, не теряя своего статуса [4].

Материалом данного исследования послужило творчество В. Скотта, одного из его произведений – «Квентин Дорвард». Выбор материала исследования обоснован тем, что действия в романе разворачиваются на фоне подлинных исторических событий, в частности изображена Франция XV века. Таким образом, роман является рыцарской эпопеей, в которой изображена средневековая картина мира, жизнь общества, традиции, ценности, описанные посредством различных исторических реалий. В данном исследовании за основу берется сопоставительное изучение переводов, выполненных М. Шишмаревой (1897 г.) и Н. Мазуренко (2010 г.) [2, 3].

Анализ практического материала позволяет определить, что в состав реалий произведения «Квентин Дорвард» входят ономастические, географические, этнографические и общественно-политические реалии [8]. При их переводе на русский язык используется ряд преобразований. Так, антропонимы, которые очень часто используются в произведении В. Скотта, в основном передаются М. Шишмаревой и Н. Мазуренко с помощью транскрибирования, в результате чего сохраняется «иноязычный» облик реалии. В некоторых случаях используется аналог. Например:

Таблица 1

Перевод антропонимов

Оригинал	Перевод М. Шишмаревой	Перевод Н. Мазуренко
Quentin Durward	Квентин Дорвард	Квентин Дорвард
Isabelle de Croye	Изабелла де Круа	Изабелла де Крой
King Louis XI	король Людовик XI	король Людовик XI
the Dukes of Bretagne	герцог Бретонский	герцог Британский
the Dukes of Burgundy	герцог Бургундский	герцог Бургондский
Oliver	Оливье	Оливье

Особая роль у В. Скотта отводится «говорящим» именам, которые М. Шишмарева зачастую передает калькированием. Так, перевод прозвища **the Wild Boar** осуществляется посредством аналога в комбинации с калькированием – Дикая Вепрь. На наш взгляд, прямой перевод в данном случае позволяет отразить характер героя и тот страх, который он вселял до того, как его победили.

Что же касается перевода прозвища **Le Balafré**, то М. Шишмарева использует в данном случае грамматическую замену существительного *Шрам* на прилагательное *Меченый*. В данном случае также используется прием родо-видовой замены. Этот подход также удачно передает фоновую информацию, которая не доступна иностранному читателю. Н. Мазуренко применяет прямой перевод – *Людвик Шрам*.

Особый интерес вызывает и перевод этнографических реалий, которые В. Скотт использует для описания окружающей героев среды. Так, при переводе бытовых реалий используется калькирование и прямой перевод, что позволяет сохранить национальный и исторический колорит при передаче реалий-мер, поэтому они также транскрибируются: **twenty feet** – двадцать футов, **castle and village** – замок и деревня.

Перевод названий одежды осуществляется переводчиками с помощью аналога или прямого перевода, например:

Surcoat or cassock – Камзол – замена аналогом;

Hauberk – Кольчуга – прямой перевод;

Arm-pieces – Налокотники – прямой перевод;

A veil of crape – Креповая вуаль – калькирование + перестановка;

Gorget – Нашейник лат – прямой перевод.

Реалии из области труда передаются с помощью прямого перевода или калькирования, что позволяет читателю проникнуть в атмосферу описываемой писателем эпохи и изучить древние профессии. Например:

Arches of the Royal Guard – Стрелки королевской гвардии;

Rear of the party – Арьергард кавалькады;

Men-at-arms – Копейщики;

Paladin – Рыцарь;

High Constable of France – Великий коннетабль Франции;

Schwarz-reiters – Черные рейтары;

Quarter-master-general – Генерал-квартирмейстер;

Cardinal and Prelate – Кардинал и прелат;

lough – Плуг;

Feltdresser – Кожевник.

В рассматриваемой нами книге перевод реалий-денег заслуживает особого внимания, так как действие в романе происходит в XV в., соответственно, денежная система является уже устаревшей. В современном английском языке те денежные единицы, которые используются в романе, относятся к историческим реалиям. Например:

Florin – Флорин – транслитерация;

Liard – Лиард – транслитерация;

Gold piece – Червонец – аналог;

Penny – Гроши – аналог.

Еще одна группа реалий, которая часто используется в романе – это общественно-политические реалии, которые содержат в себе информацию об административном, политическом и общественном устройстве страны. В большинстве случаев такие реалии транскрибируются, по-словному переводятся (калькирование) или же используется прямой перевод. Например:

Таблица 2

Перевод общественно-политических реалий

Оригинал	Перевод М. Шишмаревой	Перевод Н. Мазуренко
King	король	король
princes who possessed the grand fiefs of the crown	могущественные вассалы	крупные вассалы государства
sovereign lord	сюзерен	–
inferior vassal of the crown	мелкий ленник	всякий из менее значительных

Те реалии, которые требуют дополнительной информации для понимания, комментируются переводчиком в подстрочных сносках.

Сопоставительный анализ переводов позволяет заключить, что М. Шишмарева и Н. Мазуренко используют схожие приемы для передачи исторических реалий. В частности, чаще всего применяются транскрипция или транслитерация, прямой перевод и калькирование. Данные приемы, на наш взгляд, позволяют максимально приблизить читателя к эпохе Средневековья, а также передать суть содержания романа. Хотелось бы также отметить, что в переводе Н. Мазуренко используется также широко аналог, например, при переводе имен солдат она использует русские имена Иван и Андрей. М. Шишмарева использует переводческий аналог значительно реже. В то же время, у М. Шишмаревой используется в некоторых случаях заимствование, т.е. реалия заимствуется в оригинальной форме, а далее следует ее объяснение. Кроме того, автор использует культурологический комментарий.

Таким образом, благодаря проведенному анализу нам удалось исследовать вопросы, касающиеся перевода исторических реалий. Анализ практического материала позволяет отметить, что при передаче реалий в романе В. Скотта «Квентин Дорвард» с английского языка на русский оба переводчика сохраняют культурную специфику истории, быта и общественно-политического устоя народа. Разработка дополнительных средств компенсации, в частности сносок в переводе М. Шишмаревой, способствует более полной передаче стилистических и национально-культурных особенностей жизни персонажей, а также воспроизведению прагматического потенциала текста оригинала в целом. Кроме того, перевод М. Шишмаревой вызывает затруднение у читателя нашего времени, так как он требует дополнительной культурологической информации о том времени. Это связано с тем, что М. Шишмарева выполняла перевод реалий, адресуя его читателям своей эпохи 1897 г.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Влахов С.* Непереводимое в переводе: монография / С. Влахов, С. Флорин. – М.: Высшая школа, 1986. – 384 с.

2. *Скотт. В.* Квентин Дорвард / Пер. Н. Мазуренко. – М.: Белый город, 2010. – 736 с.
3. *Скотт. В.* Квентин Дорвард / Пер. М. Шишмаревой. – М.: Энергоиздат, 1897. – 504 с.
4. *Титова Л.Ю.* Рыцарские реалии как объект теории и практики перевода (на материале романов Вальтера Скотта «Айвенго» и «Квентин Дорвард»): дис. ... канд. филол. наук / Л.Ю. Титова. – М., 2005. – 206 с.
5. *Чепель Н.П.* Прагматические аспекты перевода исторических реалий с русского языка на английский язык: дис. ... канд. филол. наук / Н.П. Чепель. – М., 2005. – 186 с.
6. *Щеглова Н.В.* Специфика перевода реалий (на материале английской художественной литературы) / Н.В. Щеглова. – URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/spetsifika-perevoda-realiy-na-materiale-angliyskoj-hudozhestvennoy-literatury> (дата обращения: 28.03.2020).
7. *Florin S.* Realia in Translaion / S. Florin // Translation as Social Aktion. Russian and Bulgarian Perspectives. – London: Routledge, 1993. – P. 122–128.
8. *Scott W.* Quentin Durward / W. Scott. – URL: https://royallib.com/book/Scott_Walter/Quentin_Durward.html (дата обращения: 28.03.2020).

СПОСОБЫ ПЕРЕДАЧИ КАЛАМБУРОВ

*Васильева А.А.
Нуртдинова Г.М.*

Данная статья посвящена результатам исследования способов передачи каламбуров на русский язык (на материале сказки Л. Кэрролла «Алиса в стране чудес»). Авторы предприняли попытку определить сущность понятия «каламбур», проанализировали способы их перевода с английского языка на русский в переводах, выполненных разными переводчиками.

Ключевые слова: каламбур, перевод каламбура, способы перевода, компенсация, деформация, нейтральный перевод.

This article describes the translation techniques of puns into the Russian language (using “Alice in Wonderland”, L. Carroll). The authors discuss the essence of the concept of pun and analyze the specifics of its translation from English into Russian made by different translators.

Keywords: pun, pun translation, translation techniques, compensation, deformation, neutral translation.

Если о сущности каламбура мы находим много лингвистических работ, то о проблеме перевода этого явления существуют только отдельные упоминания в исследованиях некоторых теоретиков и практиков перевода, таких как В.С. Виноградов, Н.М. Демурова, В.Н. Комиссаров, Я.И. Рецкер, М.В. Якименко и др. В то время, когда многие вопросы теории перевода уже изучены и детализированы, проблему перевода каламбура, который ранее был занесен в список «непереводимых явлений», нельзя считать решенной. Задача передать каламбур в языке перевода всегда считалась наиболее трудной в переводческом деле. Все это актуализирует интерес современного переводоведения к проблеме перевода каламбура и обуславливает актуальность выбранной темы.

В статье представлен анализ и систематизация способов перевода каламбуров на русский язык в сказке «Алиса в стране чудес», представленные В.В. Набоковым, Б.В. Заходером, Н.М. Демуровой, А.А. Щербаковым. В анализируемом произведении насчитывается около 130 каламбуров.

Каламбур, обладая собственными специфическими характеристиками, является разновидностью языковой игры. Термин «игра» обозначает разные явления, которые изучают такие науки, как психология, педагогика и – даже – физиология. Игра – это действие, которое выполняется в определенных временных границах, в определенном пространстве, по правилам, добровольно принятым, за область полезности либо необходимости. Данное действие часто вызывает радость и смех.

Зачастую языковая игра является средством, которое используется для создания в речи говорящего комического эффекта. Языковая игра является одним из часто употребляемых стилистических средств. Наряду с другими видами игры, содержание языковой игры обусловлено тем, что оно закодировано и представляет собой вербально выраженную форму. Также феномен языковой игры является довольно популярным стилистическим средством. Использование языковой игры позволяет придать сообщению оригинальность и установить неформальный контакт с адресатом. Языковая игра, являясь комическим и стилистическим приемом, предполагает неканоническое использование слов и фразеологизмов, их семантики и состава.

На сегодняшний день термин «языковая игра» имеет и более узкую трактовку, согласно которой языковая игра расценивается как осознанное нарушение нормы речи.

Таким образом, языковая игра представляет собой выделение самой формы речи в процессе построения высказывания для того, чтобы не просто сообщить информацию, а также вызвать конкретное чувство.

Каламбур в силу своей специфики составляет большую сложность для переводчиков, поэтому каждый из них ищет свои пути решения данной проблемы.

На выбор определенного решения при переводе каламбура влияние оказывает ряд факторов: требования контекста, «каламбурные возможности», свойственные языку перевода, а также лексические данные самих единиц.

Переводчик при создании каламбура в своем переводе за основу может взять семантику обоих элементов ядра или семантику одного из элементов ядра.

В переводческой практике очень редко встречается совпадение семантики обоих элементов. Это объясняется различиями в языках. Поэтому, в случае отсутствия в языке перевода эквивалентов элементов ядра, переводчик прибегает к игре слов на одном из них, которая совпадает с подставленным к нему в перевод элементом относительно формы, однако не совпадает относительно значения.

Иногда каламбур может строиться с помощью ведущих элементов ядра, чья семантика не должна поддаваться изменениям. Примером данной ситуации является приведенный ниже пример каламбура из анализируемого нами произведения:

«*Mine is a long and a sad tale! Said the Mouse ...*»

«*It IS a long tail, certainly*», looking down with wonder at the Mouse's tail; 'but why do you call it sad?' » [5].

Отметим, что данные каламбура строятся на омонимии слов *tail* и *tail*.

При переводе данного каламбура каждый из переводчиков избрал свой путь и не стал переводить его дословно. Для перевода данного каламбура были использованы следующие способы: деформация (Б.Заходер); частичная компенсация (А.А. Щербаков, Н.М. Демурова); сплошная компенсация (В.В. Набоков). Перевод данного каламбура в исследуемых нами переводах текста произведения приведены ниже.

«– Внемли, о дитя! Этой трагической саге, этой страшной истории с хвостиком тысяча лет! – сказала она» [1].

«– Я исполню вам печальную канцонетту, – вздохнув, сказала Мышь. – Канцонетту, потому что она короткая.

– Почему же? Если конца нету, значит, она должна быть очень длинной, – недоуменно возразила Алиса» [2].

«– Мой рассказ прост, печален и длинен, – со вздохом сказала Мышь, обращаясь к Ане.

– Да, он, несомненно, очень длинный, – заметила Аня, которой послышалось не «прост», а «хвост». – Но почему вы его называете печальным?» [4].

«– Это очень длинная и грустная история, – начала Мышь со вздохом.

Помолчав, она вдруг взвизгнула:

– Прохвост!

– Про хвост? – повторила Алиса с недоумением и взглянула на ее хвост. – Грустная история про хвост?» [3].

Замена компонента каламбура часто вызывает необходимость внесения изменений в контекст. По причине языковых различий переводить приходится, изменяя семантическую основу. Есть несколько приемов, которые помогают переводчикам справиться с этой задачей. Для иллюстраций этой ситуации приведем пример перевода следующего каламбура:

«– *The master was an old Turtle-we used to call him Tortoise.* ...

– *'We called him Tortoise because he taught us, ...* » [5].

Б. Заходер (модификация): «Учителем был сущий Змей Морской. В душе – Удав! Между собой его мы называли Питоном....

– Он был Питон! Ведь мы – его питонцы! ...» [1].

А. Щербаков (модификация): «– Учительницей была старая Черепаха, но мы обычно звали ее Жучихой. ...

– Ведь она ж учила нас! ...» [2].

В.В. Набоков (частичная компенсация): «– У нас был старый, строгий учитель, мы его звали Молодым Спрутом. ...

– Мы его звали так потому, что он всегда был с прутиком» [4].

Н.М. Демурова (частичная компенсация): «– Учителем у нас был старик-Черепаха. Мы звали его Спрутиком. ...

Мы его звали Спрутиком, потому что он всегда ходил с прутиком» [3].

Н. Демурова использовала в переводе название другого морского животного, сохранив специфику приема. Мы видим, что использованная замена не повлияла на содержание рассказа и позволила сохранить все ведущие и качественные компоненты приема. Перевод В.В. Набокова построен подобным образом. Оба переводчика в этом случае используют такой способ передачи каламбура на русский язык как частичная компенсация.

Переводчик Б. Заходер при переводе предпочел образование другой этимологии, основанной на слове «Питон». При этом переводчик предварительно придумал «змеиный» ряд: «морской змей – удав – питон – питонцы». Так, Б. Заходер использовал такой способ перевода, как модификация. При этом функционально адекватная информация приема сохранена.

Перевод А.А. Щербакова способом модификации построен на омонимии – использованы созвучные слова «она жучиха» и «она жучила». Как и в предыдущих вариантах перевода данного каламбура сохранена функционально адекватная информация.

Перевод каламбуров, чаще всего, сопровождается потерями. Прием компенсации используется для возмещения тех потерь, которые понес текст в процессе перевода. При выборе средств и мест компенсации переводчик, в первую очередь, обращает внимание на особенности оригинала (стиль автора, жанр произведения, эпоха и т.д.) и содержание перевода. Компенсация может быть полной. А применение других приемов чаще всего компенсирует потерю лишь частично.

Компенсация применяется, если переводчик не нашел эквивалентов иноязычного каламбура в языке перевода. В таком случае каламбур нейтрализуется и создается новая игра слов в соответствии с контекстом.

В качестве частичной компенсации каламбура при переводе произведения Л. Кэрролла «Алиса в стране чудес» переводчики предпочитают использование стилистических средств языка при звуковой организации выразительности: рифму; аллитерацию (повторение согласных звуков); звуковое сходство.

Например, рассмотрим особенности перевода каламбура, в основе которого лежит буквальный и переносный смыслы известной пословицы «*A cat may look at a king*» [5].

Б. Заходер (нейтральный способ): «А кошкам разрешается смотреть на королей...» [1].

А. Щербаков (нейтральный способ): «Кошкам дозволяется смотреть на королей...» [2].

В.В. Набоков (деформация): «Смотреть всякий может...» [4].

Н.М. Демурова (нейтральный способ): «Котам на королей смотреть не забраняется...» [3].

Буквально данная пословица переводится на русский язык как «Кошка может смотреть на короля». Значение данной пословицы состоит в том, что даже кто-то с низким статусом имеет права. Кошка может смотреть на короля, что означает, что все люди имеют определенные минимальные права в силу своей жизни. В русском языке наиболее эквивалентными пословицами являются следующие: «Под солнцем все равны»; «Не боги горшки обжигают».

Анализ переводов данной пословицы в произведении Л. Кэрролла показывает, что переводчики решили не использовать русские соответствия данной пословицы в текстах своих переводов. Переводчиками Б. Заходером, А.А. Щербаковым и Н.М. Демуровой был использован практически дословный перевод пословицы, то есть, использован нейтральный способ перевода. Переводчик В.В. Набоков использовал в своем переводе прием деформации, при котором изменилась внешняя структура пословицы, однако ее семантика осталась такой же, как и в тексте оригинала.

Довольно часто используемым способом перевода каламбура на русский язык в анализируемом произведении является компенсация.

Есть случаи, когда создание каламбура на языке перевода невозможно из тех же компонентов ядра, тогда возникает потребность в создании каламбура, базирующегося на абсолютно новой семантической основе. В такой ситуации передача каламбура, в частности его содержания, на язык перевода осуществляется в некаламбурной форме, что, как правило, приводит к определенным потерям. Используя некаламбурную форму перевода, переводчик для достижения цели создания адекватного перевода может использовать такой прием, как компенсация на уровне целого отрывка текста. Данный прием предполагает осуществление переводчиком замены элемента оригинала на аналогичный или другой элемент, что способствует компенсации потери информации либо литературного приема и вызывает у читателей аналогичную реакцию.

Поэтому при передаче каламбуров переводчику необходимо учитывать данные требования, чтобы достичь адекватности и эквивалентности перевода.

Приведем пример использования компенсации на следующем примере каламбура:

*«You had got to the fifth bent, I think? – I had **not!** – cried the Mouse, sharply and very angrily. – A **knot!** – said Alice, always ready to make herself useful, and looking anxiously about her. – Oh, do let me help to undo it!”*» [5].

Отметим, что каламбур Л. Кэрролла построен на полной омонимии слов *not* и *knot*.

«Вот я по твоей милости потеряла нить! – Потеряла нить? Она, наверное, в траву упала! – окликнулась Алиса, всегда готовая помочь. – Позвольте, я найду!» [1].

«А что дальше? – А дальше точка, – сердито ответила Мышь. – Точка? А что точили? Немедленно заинтересовалась Алиса» [2].

«Вы, кажется, дошли до пятого погиба? – Ничего подобного, никто не погиб! – не на шутку рассердилась Мышь. – Никто. Вот вы теперь меня спутали. – Ах, дайте я распутаю... Где узел?» [4].

«Вы дошли уже до пятого завитка. – Глупости! – рассердилась Мышь. – Вечно всякие глупости! Как я от них устала! Этого просто не вынести! – А что вам нужно вынести? – спросила Алиса. (Она всегда готова была услужить.) – Давайте я помогу!» [3].

При переводе Н.М. Демурова использовала прием компенсации, в основе которого лежит создание нового каламбура на другой лексической основе.

Созданный Б. Заходером каламбур удачно вписывается в контекст, однако перевод далек от оригинального текста, хотя переводчиком и был сохранен прагматический эффект используемого автором приема.

Относительно перевода А.А. Щербакова отметим, что использованный им компонент-результат является не совсем уместным, однако ввиду поломанной логики, такое решение считаем вполне возможным.

В оригинале Алиса довольно часто неправильно произносит слова (к примеру, *The Antipathies*), поэтому используемые В.В. Набоковым слова «погиб» вместо «изгиб» звучат довольно естественно.

Таким образом, учитывая особенности художественного перевода, можно сделать вывод, что вопрос передачи каламбура в переводе является существенной проблемой, требующей от переводчика максимума профессионализма.

Как правило, ошибки, которые допускаются в процессе перевода каламбура, обуславливаются неудачным выбором элементов их ядра. Среди них выделяют такие виды: 1) использование лексики, искажающей информацию оригинального текста (хронология, фоновая информация текста оригинала); 2) создание каламбура в речи персонажей текста перевода, которые в тексте оригинала этот стилистический прием не используют; 3) использование лексики как компонентов каламбура, находящейся вне понимания читателя; 4) возникновение несоответствия между стилистической окраской компонентов каламбура и особенностями языка детских произведений, кроме сказанного ранее, способствует снижению поучительной ценности произведения.

Вполне оправданным и закономерным явлением представляется возникновение новых переводов того же художественного произведения. Их анализ позволяет изучить систему переводческих концепций, обобщить положительный опыт теории и практики переводоведения.

Дальнейшие решения переводчиками проблем перевода каламбура, как правило, идентичны либо похожи, что сводится к термину «заимствование».

Заимствование отдельных каламбуров у переводчиков, которым удалось воспроизвести их средствами языка перевода. Следует отметить, что определенная традиция может сложиться по целому ряду произведений, которую можно нарушать лишь тогда, когда переводчиком предложено другое оригинальное решение.

Поэтому при осуществлении переводчиками последующих переводов это не должно являться простым самоутверждением их как авторов, а задача должна состоять в создании текста перевода, являющегося максимально приближенным к тексту оригинала посредством творческого использования положительного опыта предыдущих переводчиков.

Основные ошибки и трудности, возникающие у переводчиков при переводе каламбура – это отсутствие в разных языках одинаковых по семантике или эмоциональному наполнению значений слов, действующих в ядре каламбура. Иными словами, невозможность найти аналог данного каламбура в языке перевода. В таком случае переводчик может создать свою игру слов, которая является подобием авторского каламбура. Прием компенсации при переводе позволяет передать потерянное содержание и особенности каламбура.

Важно помнить, что каламбур в тексте перевода должен естественно входить во всю его систему стилистических и образных средств, что позволяет достичь главной цели всего произведения и не нанести вреда идейно-художественному характеру текста оригинала. Отметим, что между структурно-семантическими особенностями каламбура на языке оригинала и языке перевода должно быть установлено максимальное соответствие. При переводе каламбуров переводчику следует учитывать социальные особенности читателей, для которых предназначено то или иное произведение.

Таким образом, анализ отобранных каламбуров в произведении Л. Кэрролла «Алиса в стране чудес» и их переводов, осуществленных Б. Заходером, А.А. Щер-

баковым, В.В. Набоковым и Н.М. Демуровой, показал, что разные переводчики в разной степени используют тот или иной способ перевода. Так, переводчик Б. Заходер использует разные способы, однако предпочтение отдает приему компенсации. Переводчик использует следующие способы: деформация – 3 случая (25%); модификация – 2 случая (17%); компенсация – 5 случаев (41%); нейтральный способ – 2 случая (17%). А.А. Щербаков использует следующие способы: модификация – 4 случая (33%); компенсация – 6 случаев (50%); нейтральный способ – 2 случая (17%). В.В. Набоков для перевода использует следующие способы: деформация – 2 случая (17%); компенсация – 10 случаев (83%). Н.М. Демурова для перевода использует следующие способы: нейтральный перевод – 1 случая (8%); компенсация – 11 случаев (92%).

Итак, наиболее часто используемым оказался такой способ перевода, как компенсация. Такие результаты проведенного исследования говорят о том, что каламбур, как стилистический прием, представляет собой сложность для перевода, что обусловлено различиями в фонетике, лексике и грамматике английского и русского языков, спецификой авторского стиля, знаниями и умениями переводчиков и пр.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Кэрролл Л.* Алиса в стране чудес (Перевод Бориса Заходера) / Л. Кэрролл. – URL: http://lib.ru/CARROLL/alisa_zah.txt_with-big-pictures.html (дата обращения: 20.12.2019).
2. *Кэрролл Л.* Алиса в стране чудес / Л. Кэрролл; перевод А. Щербакова. – URL: http://mir-skazki.org/povesti_i_rasskazy_dlja_detej/alisa_v_strane_chudes_26.html (дата обращения: 20.12.2019).
3. *Кэрролл Л.* Приключения Алисы в стране чудес / Л. Кэрролл; перевод М. Демуровой. – URL: <http://lib.ru/CARROLL/alisa.txt> (дата обращения: 20.12.2019).
4. *Кэрролл Л.* Аня в стране чудес / Л. Кэрролл; перевод на русский язык В.В. Набокова. – URL: <http://nabokov-lit.ru/nabokov/proza/kerroll-anya-v-strane-chudes/index.htm> (дата обращения: 20.12.2019).
5. *Carroll L.* Alice in Wonderland: параллельный перевод / L. Carroll. – URL: <https://studyenglishwords.com/book> (дата обращения: 20.12.2019).

СПОСОБЫ ПЕРЕВОДА РЕАЛИЙ В РАССКАЗЕ А.И. СОЛЖЕНИЦЫНА «ОДИН ДЕНЬ ИВАНА ДЕНИСОВИЧА» В ЕГО ПЕРЕВОДЕ НА АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК

*Гараева А.Ф.
Шустова Э.В.*

Настоящая статья посвящена основным особенностям и способам перевода реалий с русского языка на английский язык на материале перевода художественного произведения Александра Исаевича Солженицына «Один день Ивана Денисовича». В статье предпринята попытка определения наиболее распространенных видов передачи специфической лексики, а именно советизмов. Для этого методом сплошной выборки из рассказа были отобраны 150 лексических единиц.

Ключевые слова: реалия, способы перевода, советизмы, А. И. Солженицын, Один день Ивана Денисовича.

This article is devoted to the main features and methods of translating of culture-specific concepts from Russian into English based on the translation of Alexander Solzhenitsyn's work of fiction «One Day in the Life of Ivan Denisovich». This article deals with determination of the most common types of communication – specific vocabulary, namely sovietisms. Therefore, 150 lexical units from the story have been selected using a continuous sampling method.

Key words: culture-specific concept, method of translating, sovietisms, A.I. Solzhenitsyn, One Day in the Life of Ivan Denisovich.

С развитием общества и культуры становится неизбежным появление определенных новых, ранее неизвестных концептов. А в ходе активного процесса глобализации, происходящего в течение последнего столетия, все большее развитие получает понятие межкультурной коммуникации как процесса адекватного взаимопонимания двух участников коммуникативного акта, принадлежащих к разным национальным культурам [1, с.26].

Язык крайне быстро отвечает на исторические и общественные изменения социума. Каждое событие инициирует появление нового пласта специфической лексики, терминологии, жаргонных лексем. В подобные временные периоды остро встает необходимость в переводе данных лексических единиц на иностранные языки. Особенно трудной эта задача оказывается для переводчиков художественных текстов, так как целью их деятельности является сохранение эмоционально-экспрессивного воздействия на читателей текста перевода. Когнитивная составляющая отходит на второй план, уступая место творческой деятельности лингвиста.

При переводе художественного произведения лингвисту бывает необходимо сохранить форму изложения, стилистические приемы, подобрать лексику эквивалентную или максимально близкую к языку оригинала, а также найти способ передачи реалий, характерных лишь для языка оригинала и др. Конечно, стопроцентная передача содержания и эмоциональной нагрузки при переводе остается недостижимой целью. Главным в работе переводчика с художественными текстами является максимально близко подобраться к исходному тексту и оказать влияние на читателя, наиболее приближенное к тому, что оказывает текст оригинала. При чтении перевода читатель должен испытывать те же эмоции, что и при чтении оригинала, у него в сознании должны возникать те же вопросы, и мыслительный фокус должен оставаться на том же месте, куда его изначально устремил автор произведения. В некоторых случаях переводчику также представляется необходимым сохранить рифму, звукопись или ритмический рисунок переводимого произведения. Таким образом, прецизионная точность является важным аспектом перевода технических текстов с обилием терминологических единиц и специальной лексики. Для перевода художественных текстов более приоритетно сохранение эмоционального воздействия на читателя.

При осуществлении художественного перевода лингвист сталкивается с рядом переводческих трудностей. К ним относится перевод фразеологизмов, каламбуров, а также реалий.

К вопросу о способах передачи подобного рода лексических единиц обращались в своих трудах такие выдающиеся ученые и лингвисты, как А. О. Иванов, Е. М. Верещагин,

В. Г. Костомаров, В. С. Виноградов, А. А. Реформатский и др. Однако, можно заметить, что как в отечественном, так и в зарубежном языкознании, было уделено недостаточное внимание проблеме передачи реалий при переводе. Особую сложность в этом плане вызывают так называемые «советизмы». Это в большей степени обусловлено изолированностью Советского Союза и недостаточным уровнем осведомленности иностранцев о культуре и истории государства.

Материалом для нашего исследования послужил рассказ советского писателя Александра Исаевича Солженицына «Один день Ивана Денисовича» [2] и его перевод на английский язык, выполненный Х.Т. Уиллетсом в 1959 г. [3]. Мы проанализировали 150 лексических единиц, представляющих собой реалии советского периода, и выявили основные способы их передачи на английский язык.

А.И. Солженицын является одним из наиболее широко известных писателей XX в. Рассказ «Один день Ивана Денисовича» был опубликован в журнале «Новый мир» в 1962 г. Это рассказ лишь об одном из бесконечного количества дней заключенного. Удостоившись звания лауреата Нобелевской премии по литературе, присужденной автору в 1970 г., публицист внес огромный вклад в развитие русской прозы. Признанным фактом является то, что в связи с особенностями послевоенного времени, в произведениях данного автора присутствует большое количество специфической лексики. И рассказ «Один День Ивана Денисовича» не является исключением. Его текст содержит множество реалий, связанным с послевоенным периодом, с советским режимом, лагерным и тюремным устоем, а также большое число жаргонизмов и просторечий. К их изучению мы и обратимся в настоящем исследовании, но перед этим необходимо систематизировать понятие реалии в языке.

Под «реалиями» принято понимать лексические единицы, обозначающие понятия или явления, отсутствующие в переводном языке [4]. Изучение данного пласта лексики началось сравнительно недавно. Одним из первых ученых, предложивших свое определение данного понятия, стал Л.Н. Соболев. По мнению лингвиста, *реалии* представляют собой слова из национального быта, которых нет в других языках, потому что нет этих предметов и явлений в других странах [5, с. 283].

Существуют различные классификации данных лексических единиц. Они могут быть сгруппированы по грамматическим, временным, территориальным, историческим, этническим и многим другим признакам. Рассмотрим наиболее распространенную в лингвистике классификацию. В современном языкознании на основе предметного деления выделяют реалии:

1. Относящиеся к географическому положению. К ним относятся названия объектов физической географии, названия географических объектов, связанных с деятельностью людей, названия эндемиков.

2. Этнографические реалии. В их состав входят понятия, относящиеся к быту (пища, заведения, предметы одежды, жилье, средства и водители транспорта), к труду (профессии, орудия труда), к искусству (музыка, театр, обычаи, праздники), к единицам меры, валюте и т.д.

3. Общественно-политические реалии. К ним относят лексемы, связанные с административно-территориальным делением (административно-территориальные единицы, населенные пункты, инфраструктура населенного пункта), с органами власти, с общественно-политической жизнью (политическая деятельность, социальные и общественные движения и явления), со званиями, титулами, с учреждениями, учебными и культурными учреждениями, с сословным делением и символикой.

4. Военные реалии. В их число входят понятия, связанные с подразделениями, видами оружия и обмундирования, с названиями военнослужащих [6].

Далее хотелось бы рассмотреть основные способы передачи реалий в языке. Традиционно выделяют несколько путей перевода реалий:

1. Транскрипция – воспроизведение реалии на письме с сохранением фонетического состава слов, или транслитерация – передача графической буквенной оболочки слова или словосочетания набором знаков другой языковой системы.

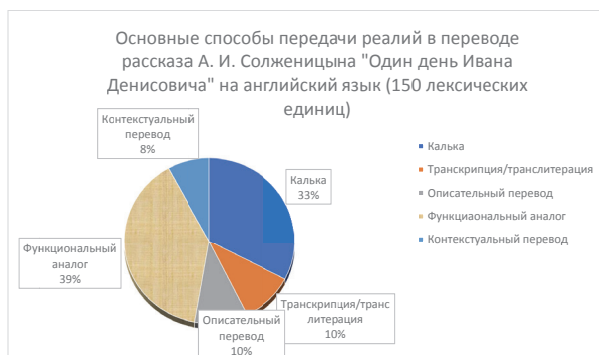
2. Калькирование – передача реалии путем ее буквального перевода.

3. Функциональный аналог – поиск знакомого понятия для обозначения неизвестного читателю концепта.

4. Описательный перевод – прием, применяемый в случае значительных культурных различий, представляющий собой примерное толкование, объяснение того или иного концепта или явления.

5. Контекстуальный перевод – поиск соответствия, которое имеет смысл лишь в приведенном контексте.

Основываясь на приведенных выше способах передачи безэквивалентных лексических единиц, мы проанализировали приемы передачи переводчиком реалий и выявили следующие тенденции при их переводе:



Таким образом, на основе полученных нами данных можно сделать вывод о том, что наиболее распространенными приемами передачи реалий рассказа А. И. Солженицына «Один день Ивана Денисовича» в тексте перевода Х. Т. Уиллетса на английский язык являются подбор функционального аналога и калькирование. На их долю приходится 39% и 33% из общего числа проанализированных реалий соответственно. Пример функциональных аналогов:

б/у – secondhand;

вертухай – screw.

Калькирование можно проиллюстрировать следующими примерами:

Кировский поток – Kirov wave;

перерасход – overspend.

Также важно отметить, что большая часть именно советских реалий, относящихся к общественно-политическому устройству, была передана переводчиком с помощью транскрипции и транслитерации. Например:

колхоз – kolkhoz;

Соцгородок – Sotsgorodok.

Итак, опираясь на полученные нами данные, можно сделать вывод о том, что проблема перевода реалий является очень актуальной и неоднозначной, так как в последнее время происходит увеличение масштабов межкультурной коммуникации и глобализации.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Бархударов Л.С.* Язык и перевод: вопросы общей и частной теории перевода / Л.С. Бархударов. – М.: Международные отношения, 1975. – 237 с.

2. *Верещагин Е.М.* Русское слово в сознании иностранца / Е.М. Верещагин, В.Г. Костомаров // Социально-лингвистические исследования. – М.: Наука, 1976. – С. 86–96.

3. *Верещагин Е.М.* Язык и культура / Е.М. Верещагин, В.Г. Костомаров. – М.: Русский язык, 1990. – 246 с.

4. *Влахов С.* Непереваемое в переводе. / С. Влахов, С. Флорин – М.: Международные отношения, 1986. – 416 с.

5. *Иванов А.О.* Безэквивалентная лексика / А.О. Иванов. – СПб.: Типография издательства СПбГУ, 2006. – 200 с.

6. *Комиссаров В.Н.* Теория перевода / В.Н. Комиссаров. – М.: Прогресс, 2000. – 253 с.

7. *Соболев Л.Н.* Пособие по переводу с русского языка на французский / Л. Н. Соболев – М.: Изд. лит. на иностр. яз., 1952. – С. 281.

8. *Солженицын А.И.* One Day in the Life of Ivan Denisovich / А.И. Солженицын. – URL: <http://www.davar.net/EXTRACTS/FICTION/ONE-DAY.HTM> (дата обращения: 01.04.2020).

9. *Solzhenitsyn A.I.* Один день Ивана Денисовича / А.И. Solzhenitsyn. – URL: <https://www.davar.net/RUSSIAN/FICTION/ONE-DAY.HTM> (дата обращения: 01.04.2020).

ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ ПЕРЕВОДА АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ГАЗЕТНЫХ ЗАГОЛОВКОВ НА РУССКИЙ ЯЗЫК В ОБЛАСТИ МАССОВОЙ КУЛЬТУРЫ (НА МАТЕРИАЛЕ ГАЗЕТ “THE SUN” И “BBC”)

Гумерова А.А.
Абдрахманова А.А.

В данной статье рассматриваются основные принципы перевода англоязычных заголовков в современных интернет-изданиях в рамках дискурса массовой культуры. Основной целью автора статьи является привлечение внимания исследователей к такому компоненту газетного текста как заголовок и к проблематике его перевода. В статье предложены варианты перевода англоязычных заголовков, отобранные на материале двух интернет-изданий: “The Sun” и “BBC”.

Ключевые слова: газетный заголовок, перевод, трансформация, переводческие трансформации, переводческие деформации.

This article deals with the main principles of modern English newspaper headlines translation in the mass culture context. The main intention of the author is to attract the attention of researchers to such a component of the newspaper text as the headline and to the problems of its translation. The article presents translation options for the English headlines selected from two online newspapers: “The Sun” and “BBC”.

Key words: newspaper headline, translation, transformation, translation transformation, translation deformation.

Заголовок – это центральный и неотъемлемый компонент структуры любого газетного текста. Его главная задача – предоставить читателю самую важную и актуальную информацию. Кроме того, заголовок должен вызвать у читателя интерес и побудить прочесть весь материал, следующий после заголовка. Так как первым, что видит читатель в газетном тексте – это его заголовок, то можно утверждать, что именно он намечает определенный алгоритм чтения текста и помогает читателю двигаться в определенном направлении в процессе чтения.

Проблема определения термина «заголовок» привлекает внимание ученых-лингвистов на протяжении уже довольно длительного времени. Они рассматривают данное понятие, обращаясь к разным аспектам заголовка, например его функциям, структуре, стилистическим особенностям и т. д.

Так, например, Н.М. Разинкина, занимавшаяся вопросами стилистики, в своей книге «Функциональная стилистика английского языка» рассматривает термин «заголовок» согласно его функциональной наполненности. Она утверждает, что: «Заголовок – собственно название публикации, т. е. предельно сжатое и меткое выражение главной идеи статьи» [4].

Э.И. Турчинская рассматривает понятие «заголовок» согласно его стилистическим особенностям. Так, она утверждает, что: «Заголовок – особый тип высказывания, обладающий определённой автономностью и внутренней структурой, характер и форма которого зависят от стилистических и жанровых характеристик» [5, с.136–146].

Кроме того, многие ученые не могут сойтись в едином мнении касемо понятия «заголовок» ввиду его двойственной природы. Такие лингвисты как, например, В.С Мужев и А.М Пешковский полагают, что заголовок – это такая языковая структура, которая стоит «над» текстом газетной статьи [2, 3]. То есть, здесь заголовок воспринимается не как часть газетного текста, а как отдельный речевой элемент, находящийся вне текста и обладающий определенной самостоятельностью.

С другой стороны, некоторые лингвисты утверждают, что заголовок – полноценный компонент газетного текста, который составляет с ним единую систему. Л.А. Манькова, например, придерживается вышеупомянутой точки зрения и считает, что: «Заголовок – это компонент текста, тесно связанный с другими компонентами этой системы, занимающий стилистически сильную позицию, называющий текст и дающий первоначальную информацию о нем» [1].

Важно отметить, что не только российское научно-лингвистическое сообщество обращалось к изучению понятия «заголовок». Большое внимание газетно-публицистическим текстам и языку СМИ уделял такой известный западный ученый-лингвист как Алан Белл. В своей книге «The Language of News Media» он утверждает, что: «Заголовок – это независимый компонент структуры газетного текста» [8].

Перевод – это средство, которое помогает людям общаться на международном уровне и по-прежнему поддерживать уникальную культурную и языковую идентичность. Большинство современных газетных текстов написаны на английском языке, поэтому перед переводчиками стоит крайне важная задача – адаптировать и создать качественный перевод этих текстов на язык перевода (в нашем случае, на русский язык). Кроме того, спрос на новостной газетный материал растет с каждым днем, поэтому так важно сделать перевод доступным для больших аудиторий.

Одним из направлений медийного перевода является перевод газетных заголовков. Одной из основных трудностей, с которыми сталкиваются переводчики при переводе заголовков, это отсутствие контекста. Несмотря на то, что заголовок – это максимально сжатое содержание газетной статьи, необходимая для корректного перевода, дополнительная информация об этом заголовке отсутствует. Зачастую, понять смысл заголовка, не прочитав до этого сам газетный текст сложно как для обычного читателя, так и для переводчика. То же самое касается и заголовков в дискурсе массовой культуры.

Перевод заголовков в области массовой культуры может вызвать у переводчика целый ряд трудностей из-за культурных различий и наличия реалий в языке оригинала, отличных от реалий в языке перевода. Так, например, для придания эмоциональной окраски авторы часто прибегают к использованию неологизмов, фразеологизмов, поэтизмов и сленга присущих языку оригинала.

Например: “*Keep Ma’am and Carry on! Queen gives gongs in gloves*” (*The Sun, 4 March*) [7]. Здесь использован известный фразеологизм и слоган “*Keep Calm and Carry On!*” где слово *Calm* было заменено на созвучное ему слово *Ma’am*, которое подразумевает под собой Королеву Елизавету II. При переводе сохранить культурную особенность данного фразеологизма не получится, так как в русском языке нет похожего широко используемого эквивалента-фразеологизма, поэтому перевод вышеуказанного заголовка будет звучать следующим образом: «Короле-

ва держись и продолжай в том же духе! Елизавета II раздает медали в защитных перчатках».

Кроме того, при переводе газетных заголовков зачастую переводчик сталкивается с реалиями языка оригинала и их перевод требует особого внимания. Реалии носят национальный характер и относятся к безэквивалентной лексике. Одними из самых распространенных методов перевода реалий являются транслитерация, транскрипция и калькирование. Зачастую, к таким способам прибегают при переводе имен собственных и географических объектов.

Например, в данном газетном заголовке: *“Tate, V&A and Natural History Museum to close”* [6], приведены три названия Лондонских музеев, каждое из которых на русский язык переводится при помощи разных переводческих трансформаций. В русском варианте вышеуказанный заголовок будет звучать следующим образом: *«Британская галерея Тейт, музей Виктории и Альберта и Музей Естественных наук закрываются на карантин»*. Также, чтобы перевести данный заголовок корректно на русский язык важно обратиться к подзаголовку, в котором, как правило, дается пояснение заголовку статьи. *“The Tate galleries and London’s Natural History Museum are closing their doors amid the coronavirus pandemic”* [6]. Только после прочтения статьи, переводчик понимает весь контекст. В данном случае прочтение подзаголовка помогло нам корректно дать перевод слову *“to close”*, прибегнув к такому приему как добавление и пояснив причину закрытия данных музеев. Таким образом, мы можем утверждать, что, подзаголовок зачастую раскрывает суть самого заголовка и переводчику всегда необходимо учитывать его наличие в газетном тексте.

Чтобы сфокусировать внимание читателя на основной мысли газетного текста, авторы, как правило, опускают такие части речи как местоимения, артикли и личные формы вспомогательного глагола to be. Примеры: *«Johnny Depp finger injury at centre of court case»* [6]. На русский язык мы перевели данный заголовок следующим образом: *«Джонни Депп: травма пальца становится центральным вопросом в судебном разбирательстве»*. Здесь, в заголовке на языке оригинала отсутствует как вспомогательный глагол, так и какой-либо глагол действия. Именно поэтому, мы использовали такой вид переводческой трансформации как добавление.

«TV awards held behind closed doors as others postponed» [6] – *«Телевизионные премии без зрителей, а некоторые и вовсе отменены»*. При переводе данного заголовка нам пришлось прибегнуть к целому ряду трансформаций. Во-первых, мы использовали конкретизацию, уточняя, что премии будут проводиться не просто за закрытыми дверями, а без присутствия зрителей. Такой вид трансформации необходим, учитывая контекст статьи. В первой части предложения мы использовали опущение (глагол held), а во второй добавление (вовсе).

С грамматической точки зрения существует множество особенностей, которые необходимо учитывать переводчику. Так, например, для выражения действия в заголовках чаще всего прибегают к использованию форм Indefinite и Continuous. К примеру: *«Europe looking to extend virus lockdowns»* [6] / *«В связи с распространением вируса Европа продолжает закрываться»*.

Если же в заголовке речь идет о недавнем событии, то обычно используют Present Indefinite Tense. Например: *«Hallmark Channel brings Christmas cheer in March»* [6]. На языке перевода данный заголовок будет звучать следующим обра-

зом: «Телеканал «Холмарк» празднует рождество в марте». При переводе данного заголовка мы использовали прием генерализации (замена Christmas cheer на празднование рождества), транслитерации (телеканал «Холмарк») и прием добавления.

А будущее время зачастую передается при помощи инфинитива: «Netflix to lower streaming quality in Europe» [6] / «Стриминговый сервис «Netflix» снизит качество воспроизведения в Европе».

В заключение, следует подчеркнуть, что перевод англоязычных газетных заголовков на русский язык требует от переводчика применения определенного набора знаний и техник на всех языковых уровнях. Кроме того, газетный заголовок – это неотъемлемая часть газетного текста в целом и здесь переводчик также должен обладать журналистским видением текста. В переводческой традиции существует множество стратегий перевода газетных заголовков, в нашей работе мы упомянули самые основные. Данные стратегии – это отражение перевода, как средства объединения различий между двумя культурами и между двумя отличными друг от друга журналистскими традициями. Переводчик в данном случае должен не только понять главную идею заголовка, но и передать эту идею без потери эффекта, предусмотренного автором оригинального газетного текста.

Литература

1. Манькова Л.А. Специфика заголовков в различных газетных текстах / Л.А. Манькова // Ученые записки Симферопольского государственного университета. – URL: <http://snecoman.cfuv.ru/wp-content/uploads/2017/04/020mankova.pdf> / (дата обращения: 13.03.2020).

2. Мужев В.С. О функциях заголовков / В.С. Мужев // Ученые записки МГПИИЯ им. М. Тореца. – Вопросы романо-германской филологии. – Москва, 1970. – Вып. 55. – С. 86–94.

3. Пешковский А.М. Русский синтаксис в научном освещении / А. М. Пешковский. – М.: Учпедгиз, 1956. – 511 с.

4. Разинкина Н.М. Функциональная стилистика английского языка / Н.М. Разинкина. – URL: <http://padaread.com/?book=17957&pg=1> / (дата обращения: 16.03.2020).

5. Турчинская Э.И. Соотношение заголовка и текста в газетно-публицистическом стиле / Э.И. Турчинская // Сб. науч. тр. МГПИИЯ им. М. Тореца. – Москва, 1984. – Вып. 234. – С. 134–146.

6. Новостная служба «BBC». – URL: <https://www.bbc.com/news> / (дата обращения: 20.03.2020).

7. Онлайн газета «The Sun». – URL: <https://www.thesun.co.uk/> (дата обращения: 20.03.2020).

8. Bell Allan. The Language of News Media / Allan Bell. – URL: <https://ru.scribd.com/doc/57002021/The-Language-of-News-Media-by-Allan-Bell> / (дата обращения: 16.03. 2020).

ЛИНГВОСТИЛИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА РЕКЛАМНЫХ СЛОГАНОВ

*Покровская А.А.
Абдрахманова А.А.*

В данной статье исследуются лингвостилистические особенности при переводе англоязычных слоганов в рекламе. В статье продемонстрированы результаты анализа перевода рекламных слоганов, отобранных из рекламы из различных СМИ, способы и специфика их перевода на русский язык.

Ключевые слова: реклама, слоган, переводческие трансформации, лингвостилистические приемы, функции.

This article deals with the research of specific linguostylistic features of advertising slogans translation in English. The paper demonstrates the results of the analysis of advertising slogans translation selected from various media sources, methods and peculiarities of its translation into Russian.

Keywords: advertisement, slogan, translation transformations, linguostylistic devices, functions.

В наше время благодаря стремительным темпам глобализации мы можем наблюдать появление все большего количества зарубежных брендов. Такое явление как реклама весьма успешно способствует распространению тех или иных видов товаров и услуг. Сейчас рекламу можно увидеть повсюду: по телевидению и радио, в кинотеатрах, в интернете, на билбордах, в газетах и журналах и т.д. Практически каждая реклама сопровождается определенным рекламным слоганом – это первое, что бросается потенциальному покупателю в глаза, то, что привлекает внимание к продукту и формирует изначальное представление о нем. Поэтому задачей продавца является сделать наиболее внушающий и ясный по смыслу, но в то же время лаконичный рекламный слоган.

С точки зрения исследований, наибольший интерес для лингвистов и языковедов представляет такой компонент рекламного текста, как рекламный слоган, по той причине, что он является одним из важнейших структурных компонентов рекламного текста, его центральным звеном.

В процессе перевода рекламных слоганов важно учитывать коммуникативную составляющую переводимого текста и постараться максимально сохранить ее. Во время перевода переводчик сталкивается как с сугубо лингвистическими проблемами, вызываемыми различиями в семантической структуре исходного текста и спецификой использования двух языков в коммуникационном процессе, так и с проблемами социолингвистической адаптации текста. Именно поэтому переводчику важно владеть теоретическими знаниями основ перевода и экстралингвистических реалий, ведь это является первостепенным условием адекватности перевода.

Для начала обратимся к самому термину «*слоган*». *Слоган* – это «1) короткий лозунг, выражающий какой-либо взгляд или представляющий рекламу товара; сжатая, ясная и легко воспринимаемая формулировка рекламной идеи; 2) шаблонный речевой оборот, банальное лозунговое клише, шумная фраза» [5]. В русский язык данное слово пришло от английского “slogan” и появилось в русской речи в конце XX в. Английское “slogan” (sluagh-ghairm) происходит из галльского языка, что означает «боевой клич». В 1880 г. слово «слоган» было впервые использовано в современном значении.

Среди основных функций рекламного слогана можно выделить следующие:

- привлечение внимания целевой аудитории к товару/фирме/услуге;
- помощь в запоминании послания, содержащегося в рекламном сообщении, его подкрепление;

– формирование определенного эмоционального представления, связанного с товаром/фирмой/услугой;

– выделение отличительных особенностей, преимуществ товара/фирмы/услуги;

– информирование потребителя, формирование потребности.

Все данные функции осуществляются в слогане на всех уровнях языка: на лексическом, грамматическом и фонетическом уровне.

Рекламный слоган, в его современном значении, при помощи различных лексических и синтаксических средств, которые используются для усиления экспрессивного воздействия, выполняет одну из важнейших задач рекламного текста – обращает внимание потенциального покупателя на саму рекламу, что в дальнейшем может вызвать интерес уже к товару.

Языковое оформление слогана требует от него выразительности и лаконичности, что в комплексе обеспечивает его афористичность. Для достижения этой цели используются разнообразные средства выразительности и синтаксические фигуры [4]. Далее мы проанализируем, какие стилистические и лингвистические приемы чаще всего используются при разработке англоязычных рекламных слоганов, а также разберем переводческие трансформации, которые используют переводчики в данных ситуациях. На фонетическом уровне мы рассмотрим следующие наиболее употребляемые стилистические приемы:

1. Рифма. Данный прием довольно широко используется при составлении слоганов. Рифма помогает быстрому запоминанию рекламы, а также товара, который рекламируется. Рифма – это повтор одинаковых или похожих друг на друга звукосочетаний в конце слов [2, с. 459]: “*Gillette – the best a man can get*” – «*Gillette – лучшие для мужчины нет*».

Использование рифмы в данном случае помогает запомнить название фирмы, производящей бритвенные принадлежности. Перевод данного рекламного слогана можно считать успешным, так как переводчику удалось сохранить рифмический рисунок.

2. Звукоподражание (ономатопея) – сущность этого приема заключается в использовании слов, фонетический строй которых напоминает называемые в этих словах предметы или явления. Ономатопея считается одним из наиболее эффективных рекламных приемов, ведь звуковое оформление текста не менее важно, чем лексическое. Так, реклама прохладительного напитка Schweppes использует следующий слоган: “*Shhh... Schweppes*” – «*Шшшш... Швец*».

Данный слоган имитирует звук, производимый газированным напитком. Слоганы данного типа по большей части можно считать непереводаемыми, поэтому и при переводе рассмотренного в вышеуказанном примере слогана переводчик не изобретал ничего нового, и использовал прием ономатопеи, что также звучит очень выигрышно в русскоязычном варианте.

3. Аллитерация – повторение гласных или согласных звуков в начале соседствующих ударных слогов. Аллитерация выступает неким помощником в выделении какой-либо особенности рекламируемого объекта. В одном из слоганов бренда натуральной косметики The Body Shop был использован как раз этот самый метод: “*The Body Shop: Refreshing sensation!*” – «*The Body Shop: Освежающая сенсация!*». В данном слогане повторяются звуки [f], [s], [c], что передает нам

ощущение некой свежести, бриза. При переводе на русский язык очень удачно удалось сохранить этот же эффект.

4. Ассонанс – прием, заключающийся в повторе ударных гласных внутри строки. Например, слоган американской продовольственной компании Heinz: *“Beanz Meanz Heinz”* – «Бобы – значит Heinz». Известно, что этот англоязычный лозунг у многих людей на слуху. Использование ассонанса поспособствовало его быстрому запоминанию. Также в данном примере в английском языке было использовано намеренное орфографическое искажение (“**nz**”), что создало атмосферу игры и привлекло внимание публики. Трудности перевода подобных слоганов связаны с тем, что, как правило, языки отличаются друг от друга на всех уровнях. Не всегда является возможным подобрать такой перевод слогана, чтобы он полностью соответствовал языку оригинала и его задумке. Так, при переводе данного слогана передача когнитивной составляющей осталась возможной, а эмоциональный аспект передать не удалось.

Далее рассмотрим синтаксические приемы в рекламных слоганах. И первый прием, который хотелось бы отметить – это прием *парцеллирования*, то есть членение предложений *“Rexona: Without compromise”* – «Rexona: Максимальная защита. Без компромиссов». Данный прием помогает создать эффект внушения, твердости сказанного. В данном рассмотренном случае парцелляцию удалось сохранить как в англоязычном, так и в русском варианте слогана.

Сегментированная конструкция. Чаще всего слоганы с данным типом синтаксического приема состоят из двух предложений, где в первом предложении пишется предмет или явление, а в последующем этот предмет заменяется местоимением. Данная конструкция помогает создать в сознании потребителей благоприятное впечатление о товаре, вызывая ассоциации по принципу схожести, смежности предметов или, напротив, создавая контраст: *“Beauty is confidence. Nivea”* – «Красота – это уверенность. Нивея». То есть, как видно из примера, в предложении на языке оригинала данный прием не наблюдается, но при переводе, благодаря пунктуационным правилам русского языка, слоган сам собой обрел сегментированный характер, разделился на две смысловые части.

Номинативные предложения заостряют внимание именно на товаре. Предложения данного типа состоят из одного члена предложения: 7UP: *“The Uncola”* – «Некола». Слоган *“The Uncola”* довольно успешно позиционирует спайт против кока-колы. В переводе на русский, данный слоган («**Некола**») по своему звучанию (напоминает имя «**Никола**») отлично вписывается в российские реалии.

Вопросно-ответные и вопросительные конструкции создают иллюзию общения вживую, приглашения к разговору, добавляют выразительности. Например, слоган рекламной кампании производителя соусов Fountain: *“What flavour do you crave?”* – «Какой желаешь вкус?». Вопросительное предложение в данном примере устанавливает контакт с реципиентом рекламного сообщения. Интересно использование глагола **“crave”**, которое было переведено как «**желаешь**», что помогло сохранить сильную эмоциональную окраску.

Риторический вопрос. Данный прием является очень мощным инструментом, оказывающим манипулятивную функцию. Например, один из рекламных слоганов швейцарской компании по производству часов Tag Heuer: *“What Are You*

Made Of?” – «Из чего сделан ты?». При переводе был сделан буквально дословный перевод, слоган, как бы, бросает вызов потребителю.

Прием антитезы – противопоставление понятий по смыслу. К примеру, рекламный слоган марки стиральных машин Indesit: “*We work, you play*” – «Мы работаем – вы отдыхаете». Слова “**work**” и “**play**” не являются антонимами, однако в рамках данного слогана, они противопоставляются друг другу и представляют собой пример антитезы. В переводе на русский язык удалось сохранить данный прием. Хотелось бы заметить, что слово “play” было переведено как «отдыхаете», что на русском звучит гораздо гармоничнее, чем, если бы был сделан дословный перевод – «играете».

Восклицательные предложения. Восклицательные предложения могут добавить экспрессивности слогану. Их употребление в рекламных текстах связано с функцией воздействия, так как восклицание указывает на повышенную важность информации [3]. Этот прием очень распространен в рекламе: “*Rimmel: All of the London’s gloss!*” – «*Rimmel: Весь блеск Лондона!*»

Данный перевод можно считать успешным, так как и когнитивная, и эмоциональная, и воздействующая функции были выполнены.

Прямая речь. Как правило, используется для оживления рекламного текста, делает его более непринужденным, живым, ближе к целевой аудитории. Например: “*L’Oreal: Because I’m worth it!*” – «*L’Oreal: Ведь я этого достойна!*»

Параллельные конструкции. Данный прием состоит в использовании одинаковых членов предложения в обеих частях: “*L’Oreal: Daring trend, seductive ombre. As easy as to brush your hair*” – «*L’Oreal: Дерзкий тренд, соблазнительный амбре. Легко, как расчесать волосы*». *Daring trend* – прилагательное + сказуемое, *seductive ombre* – прилагательное + сказуемое. В русском варианте слогана эта же конструкция сохранилась.

Эллипсис – намеренное опущение части речи в предложении. Данный прием полезен при выделении наиболее важных компонентов высказывания, когда подразумеваемый элемент может быть без затруднений восполнен из контекста. Слоган рекламы духов бренда Cacharel: “*Amor Amor in a flash.*” – «*Amor Amor с первого взгляда*». Название аромата “Amor Amor” здесь выполняет несколько функций. Во-первых, очевидно, оно отражает само название продукта, во-вторых, создает некую игру слов, ведь “amor” в переводе с испанского означает «любовь» и если бы на русский мы перевели это слово буквально, то получилось бы «любовь с первого взгляда».

Теперь рассмотрим основные лексические выразительные средства в рекламных слоганах.

В рекламных слоганах очень часто используются эпитеты различного рода. *Эпитет* – это «выразительное средство, основанное на выделении качества, признака описываемого явления, которое оформляется в виде атрибутивных слов или словосочетаний, характеризующих данное явление с точки зрения индивидуального восприятия этого явления» [2, с. 138]. При помощи данного выразительного средства рекламодатели подчеркивают ту или иную особенность, которой обладает товар. Например: “*L’Oreal: Natural beauty of perfect skin*” – «*L’Oreal: Естественная красота безупречной кожи*». В данном слогане, как в русском, так и в английском варианте используются такие эпитеты, как “**natural**” – «есте-

ственная», то есть выделяется главный признак, отличающий данный продукт от большинства, и **“perfect”** – **«безупречной»**, демонстрируя тем самым эффект, производимый данным продуктом. Также в русском варианте этого слогана используется упомянутый выше прием аллитерации звука [p].

Метафора. Данный прием очень часто встречается в англоязычных рекламных слоганах. Его обычно называют скрытым сравнением. То есть, «первый член (то, что сравнивалось), как бы, вытесняется в пользу второго (то, с чем сравнивается)» [1]. Метафоры придают рекламному слогану особый эмоциональный фон, новый стилистический окрас, вносят некую образность: *“Skittles: Taste the rainbow”* – *«Skittles: Попробуй радугу»*.

Как можно заметить, метафора придает товару более привлекательный облик.

Олицетворение. Данный приём довольно эффективен в рекламе. Его суть состоит в перенесении человеческих свойств на неодушевленные предметы и отвлеченные понятия. Этот прием помогает создать более острое восприятие рекламного образа, созданного рекламодателем: *“Chevrolet cars: The heartbeat of America”* – *«Chevrolet: Пульс Америки»*. В данном случае *“heartbeat”* – **«пульс»** – это свойство одушевленного объекта, которое перенесли на неодушевленные предметы (автомобили данного производителя).

Вживленная оценка – свойство предмета постоянно ставится наряду с его названием, превращаясь в присущее ему свойство. *“Tefal: Always thinks about you”* – *«Tefal думает о вас»*.

Помимо вживленной оценки здесь также был использован прием олицетворения (**“thinks”** – **«думает»**).

Аллюзия, реминисценция или *отсылка* на какие-либо события, явления. Специфика использования аллюзии в рекламе заключается в том, чтобы воздействовать на более широкую аудиторию, она должна нести в себе отсылку на знакомые большинству факты или события.

“A nose in need deserves Puffs indeed” (Торговая марка салфеток Puffs) – *«Puffs. Друг познается в простуде»*. Данная аллюзия помогает читателю осознать необходимость в рекламируемом продукте и понять, что салфетки данного бренда будут незаменимы при простуде.

Цитата. Чаще всего цитаты используются в пародийных рекламных сценариях. Существуют различные типы цитат в рекламе: дословные (рекламные штампы, крылатые выражения), стилизованные или модифицированные цитаты. Например: *“Just be. Calvin Klein”* – *«Calvin Klein. Просто будь»*.

Возможно, сначала трудно понять замысел, заложенный автором в данном слогане, но если увидеть сам рекламный ролик, то все становится на свои места. По смыслу можно понять, что используется модифицированная цитата из пьесы Шекспира «Гамлет»: *“To be or not to be”* – *«Быть или не быть»*. Также в данном примере используется литературная аллюзия.

Использование фразеологических единиц. Примером данного явления может послужить слоган: *“When it pours, it reigns”* для компании по производству автомобильных шин «Michelin», в основу которого положена фразеологическая единица *“when it rains it pours”*, которая имеет аналог в русском языке *«беда не приходит одна»*. В данном случае проводится замена компонента фразеологической единицы, глагола **“rains”** (**«литься»** (о дожде)) на омонимичный компонент,

принадлежащий той же части речи “reigns” («господствовать; царить»), при этом в слогане используется прием перестановки компонентов: компонент фразеологической единицы, глагол “pours” («литься (как из ведра)») занял в слогане то же положение, что и компонент фразеологизма, глагол “rains”.

Использование жаргона. Основная роль жаргонизмов в качестве выразительных средств в рекламном тексте заключается в создании забавного, шутиwego эффекта. Таким образом, сообщение обретает неординарный вид, повышая к себе интерес и удерживая внимание публики. Кроме того, всем известно, что чем больше реклама нарушает принятые коммуникативные нормы, тем более она привлекает внимание [6]. Например: “Hungry? Grab a Snickers” – «*He тормози, сникерсни!*»

Хотя в языке оригинала не наблюдается использование данного типа лексики, при переводе переводчиком было принято решение задействовать молодежный жаргонизм «**тормозить**» (**останавливаться; не понимать, отупевать**), что делает данный продукт весьма популярным среди подростков. Также можно отметить то, что в англоязычном варианте данного слогана используется вопросно-ответная конструкция.

Таким образом, эффективность использования разнообразных лингвистических приемов, принципы и особенности их употребления в рекламных слоганах во многом зависят от того, к какому типу относится данное рекламное сообщение, а также от того, с каким структурным компонентом рекламного текста работает автор.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Алешина В.В.* Лингвистические особенности англоязычных рекламных слоганов / В.В. Алешина // Современная филология: материалы III Междунар. науч. конф. (Уфа, июнь 2014 г.). – Уфа: Лето, 2014. – С.103–108.
2. *Гальперин И.Р.* Очерки по стилистике английского языка / И.Р.Гальперин. – М.: Издательство литературы на иностранных языках, 1958. – 459 с.
3. *Калинина И.М.* Лингвистический аспект рекламного текста / И.М. Калинина, Е.В. Коваленко. – Молодой ученый, 2015. – №10.5. – С. 42–43.
4. *Кожина М.Н.* Стилистический энциклопедический словарь русского языка / М.Н.Кожина. – М.: Флинт: Наука, 2006. – 698 с.
5. *Комлев Н.Г.* *Словарь иностранных слов* / Н.Г. Комлев. – М.: ЭКСМО-Пресс, 2006. – 669 с.
6. Жаргонизмы в рекламном тексте. – URL: https://superinf.ru/view_helpstud.php?id=454 (дата обращения: 19.03.2020).

ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ И ПЕРЕВОДА АНГЛОЯЗЫЧНОЙ ТЕРМИНОЛОГИИ НЕФТЕГАЗОВОЙ ОТРАСЛИ НА МАТЕРИАЛЕ ОФИЦИАЛЬНЫХ САЙТОВ КОМПАНИЙ “SCHLUMBERGER” И “HALLIBURTON”

*Полякова Е.В.
Шустова Э.В.*

Статья посвящена изучению особенностей и способов перевода англоязычной терминологии нефтегазовой промышленности на русский язык, а также пробле-

мам, с которыми может столкнуться переводчик в процессе перевода специализированной лексики нефтяной и газовой отраслей. Данное исследование основывается на изучении терминологических единиц, используемых в материалах крупных компаний по производству оборудования для нефтегазовой деятельности – компаний “Halliburton” и “Schlumberger”.

Ключевые слова: нефтегазовая промышленность, нефтегазовая деятельность терминологическая единица, термин, способ перевода

The article studies the peculiarities and translation methods of English terminology in oil and gas industry to the Russian language, and difficulties in the translation process of professionalized lexical elements. The study bases on the “Halliburton” and “Schlumberger” companies’ used English terminology. Above-mentioned companies’ area of activity is to produce and prepare equipment for further oil and gas operations.

Key words: oil and gas industry, oil and gas operations, lexical term, translation method.

В настоящее время нефтегазовая промышленность является одной из ведущих промышленных отраслей во всём мире, и поэтому тема специфики перевода терминологии данной отрасли с английского языка на русский язык является особенно важной для переводчиков сферы нефтегазового дела. Переводчики нуждаются в правилах перевода и определенных рекомендациях, которые позволяют им произвести адекватный и правильный перевод терминов нефтегазовой промышленности [4, с. 258].

Для нефтегазовой промышленности характерно наличие большого количества терминологических единиц, что в некоторых случаях вызывает трудности при их переводе. Возникновение новых терминов в отрасли способствует чёткости и краткости изложения материала, однако для их адекватного и качественного перевода необходимо знать основные терминологические единицы и их способы перевода на русский язык. Тема исследования способов перевода терминов нефтегазовой промышленности, а также особенностей их употребления является малоизученной и требует более тщательного анализа [4, с. 258].

Материалом для нашего исследования послужили труды и работы известных ученых, занимающихся вопросами функционирования, развития и спецификой перевода терминологии нефтегазовой отрасли; тексты специализированной направленности и интернет-издания и веб-ресурсы, посвященные деятельности нефтегазовой промышленности. В качестве основного материала мы изучили материалы компаний “Halliburton” и “Schlumberger”, основная деятельность которых – производство и подготовка оборудования для буровых работ, исследования скважин, и других процессов нефтегазовой отрасли.

Возникновение нефтегазовой терминологии, прежде всего, было связано с нефтегазовой деятельностью человека, в результате чего некоторая общеупотребительная лексика пополнила терминологическую систему данной отрасли [3, с. 114]. Из характеристик термина можно упомянуть следующие: точность, однозначность, независимое от контекста положение, краткость, стилистически

нейтральный характер, специализированное использование и т.д. Существование терминов в целом является необходимым, хотя нередко у терминологической единицы могут отсутствовать те или иные характеристики.

Активное пополнение терминологического состава нефтегазовой промышленности английского языка продолжается и на современном этапе. Данный процесс зависит от нескольких факторов: 1) от развития экономического состояния и отношений; 2) от развития нефтегазовой промышленности в целом; 3) от уровня подготовки переводчика, который напрямую пользуется тем или иным термином в своей речи, тем самым повышая частотность его употребления [3, с. 115–116].

Обращаясь к способам перевода, А.Я. Коваленко, автор труда «Общий курс научно-технического перевода», выделяет следующие способы перевода нефтегазовой терминологии:

1. Способ описательного перевода. Данный способ перевода подходит для тех случаев, когда в языке перевода нет точного эквивалента, и чтобы найти соответствующий перевод термина переводчик может «описать» его с помощью иных лексических средств [2].

2. Способ перевода с использованием родительного падежа. Данный способ сопровождается использованием соединительной частицы *of* или применяется без нее [2].

3. Способ калькирования. Это метод дословного перевода терминологии, который в настоящее время получил огромное распространение не только в нефтегазовой отрасли, но и в других специализированных областях. Данным способом переводят порядка 50% терминологии нефтегазовой промышленности. Метод дословного перевода – метод перевода путем воспроизведения единиц исходного языка средствами русского языка [2].

4. Способ транскрибирования и транслитерации. В терминологии нефтегазовой промышленности данный способ перевода является достаточно редким явлением [2].

5. Способ перевода терминологии с помощью использования различных предлогов [2].

В данном исследовании мы изучили основные проблемы, возникающие при переводе терминологических единиц нефтегазовой промышленности. Среди них мы выделили следующие сложности:

1. Отсутствие эквивалента в языке перевода [1, с. 30]. Несовпадение используемых понятий в русском и английском языках.

2. Перевод многокомпонентных сложных терминов.

3. Повседневно-используемые слова, применяемые в текстах нефтегазовой отрасли (*Christmas tree, fish*).

4. Многозначность терминов.

5. Лексические или грамматические особенности исходного языка и языка перевода.

6. Отсутствие новых терминологических единиц в специализированных словарях [1, с. 30–32].

На основе материала компаний “Halliburton” и “Schlumberger” мы изучили основные терминологические единицы, изучили, каким способом перевода вос-

пользовались переводчики, и выявили основные проблемы и особенности при их переводе.

Первым разделом веб-ресурса компании “Schlumberger” для нашего исследования является раздел, посвященный геофизическим исследованиям скважин, что в англоязычной версии сайта переводится как “Seismic”. В данном разделе присутствует пункт “Borehole seismic”, что на русский язык переводится как «Скважинная сейсмика» [7, 8]. То есть, при переводе данной терминологической единицы специалисты в сфере перевода использовали приём согласования между элементами и избежали перевода “seismic” как «геофизические исследования скважины». В данном случае и в данном контексте “Seismic” также могло быть переведено как «сейсморазведка». Как мы можем видеть, переводчики обратились к методу калькирования с элементом транслитерации (в нашем случае – слово “seismic”) при переводе данного словосочетания [7, 8].

Мы подробно изучили другие разделы веб-ресурса и подробно проанализировали следующие термины:

“Drilling Fluid Solutions, Systems and Products”- «Буровые растворы и экологические решения M-I SWACO»;

“HDD Fluids” – «Жидкости для горизонтально-направленного бурения»;

“Completions” – «Заканчивание (скважины)»;

“Packers” – «Пакеры» [7, 8].

Как мы видим, вышеперечисленные термины были переведены различными способами: калькированием, транскрипцией, описательным переводом с использованием метода добавления единиц. Также, интересным является то, что в двух терминологических единицах присутствуют реалия и аббревиатурная единица, которым автор оригинального текста не предлагает однозначного значения, следовательно, вся необходимая информация содержится именно в предложенных сокращенных элементах.

Мы подробно изучили следующие термины:

“ESP Pumps” – в данном случае в русскоязычном ресурсе компании переводчик воспользовался методом опущения и добавления, опустив перевод слова “ESP” и добавив стилистическую единицу в русском языке «высокоэффективный» [7, 8]. Исходя из этого, переводом подраздела “ESP Pump” является «Высокоэффективные насосы», описывающие погружные насосы с широким диапазоном производительности, выпускаемые компанией «Шлюмберже» [7, 8];

“AGH Advanced Gas Handling Device” – «Усовершенствованное газодиспергирующее устройство AGH» – словосочетание, при переводе которого был применен способ калькирования и приём прямого включения англоязычной единицы в перевод. Переводчик может столкнуться с трудностью при переводе данного термина, так как “gas handling” в нефтегазовой промышленности имеет перевод «распределение газов», «обработка газа» [7, 8]. Перевод на русский язык термина “gas handling” как «газодиспергирующее» является довольно редким, которое будет понятно исключительно специалистам нефтегазовой промышленности.

Изучая материалы компании “Halliburton”, для исследования мы выбрали раздел “Drilling”, что является общераспространенной терминологической единицей, имеющей в русском языке эквивалентный перевод «Бурение» [5, 6]. Да-

лее мы проанализируем перевод терминологических единиц в данном разделе, описывающих оборудование и сервисы для самого процесса бурения скважины.

Подразделы, относящиеся к составляющим процесса бурения, были переведены следующим образом:

“**Coring**” – «Отбор кёрна»;

“**Directional Drilling**” – «Наклонно-направленное бурение»;

“**Downhole Tools**” – «Скважинный инструмент»;

“**Drilling Fluids Solutions**” – «Система буровых растворов»;

“**Geosteering Services**” – «Геонавигация при бурении скважин»;

“**Logging-While-Drilling**” – «Картаж во время бурения (LWD)»;

“**Measurement-While-Drilling**” – «Измерения в процессе бурения (MWD)»;

“**Optimized Pressure Drilling**” – «Оптимизированные способы бурения под давлением»;

“**Solids Control Equipment and Services**” – «Оборудование и услуги для контроля содержания твердой фазы»;

“**Surface Data Logging**” – «Наземные данные»;

“**Survey Management**” – «Управление геофизическими исследованиями»;

“**Telemetry**” – «Телеметрические системы для проведения измерений/картажа в процессе бурения»;

“**Waste Management Solutions**” – «Нетрадиционные методы бурения»;

“**Drill Bits**” – «Шарошечные долота» [5, 6].

Как мы видим, терминологические единицы были переведены различными способами перевода с помощью таких трансформаций, как добавление, опущение и конкретизация. Из 14 предложенных компанией подразделов, четыре были переведены с помощью такой трансформации, как добавление. Девять терминологических единиц были переведены способом калькирования, при котором порядок слов в исходном языке совпадает с порядком слов в языке перевода. Один термин был переведен с использованием трансформации «опущение». При переводе элементы терминологического словосочетания были соединены с помощью приемов согласования и управления.

Аналогичным способом мы проанализировали 250 терминологических единиц веб-ресурсов двух компаний и выяснили, что:

63% терминологических единиц нефтегазовой промышленности было переведено способом калькирования;

18% терминологических единиц нефтегазовой промышленности было переведено способом описательного перевода;

8% терминологических единиц нефтегазовой промышленности было переведено методом калькирования с помощью перестановки составных частей (“**Drilling Fluids Solutions**” – «Система буровых растворов»);

6% терминологических единиц нефтегазовой промышленности было переведено способом калькирования с помощью метода добавления;

5% терминологических единиц нефтегазовой промышленности было переведено методом калькирования с помощью метода опущения составных частей или сокращенных единиц.

На основе проведенного анализа мы можем сделать вывод, что самым распространенным способом перевода терминологических единиц нефтегазовой

промышленности является способ калькирования с использованием таких методов, как добавление, опущение, а также способ описательного перевода. Подробное изучение способов перевода и функционирования терминологических единиц нефтегазовой промышленности может помочь решить практические задачи перевода лексических единиц в иных контекстах материалов нефтегазовой отрасли и более точно выполнить перевод таких единиц. Изучение же проблем и сложностей перевода нефтегазовой терминологии помогает избегать подобных трудностей и выполнить качественный и специализированно-направленный адекватный перевод целого материала.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Горохова Н.В.* Перевод профессиональной лексики как лингвистическая проблема (на примере английской нефтегазовой терминологии) / Н.В. Горохова, И.Н. Кубышко, В.И. Сидорова // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – Тамбов: изд-во «Грамота», 2019. – № 4. – С. 29–33.
2. *Коваленко А.Я.* Общий курс научно-технического перевода: Пособие по переводу с англ. языка на рус. / А.Я.Коваленко. – Киев: «Фирма «ИНКОС», 2003. – 320 с.
3. *Терских Н.В.* Развитие английской нефтегазовой терминологии / Н.В. Терских // Вестник Челябинского государственного университета. – Челябинск: Изд-во ЧелГУ, 2011. – № 57. – С. 114–116.
4. *Юнусова И.Р.* Формирование английской терминологии в нефтегазовой промышленности / И.Р. Юнусова // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. – Краснодар: ООО «Наука и образование», 2015. – № 3-2. – С. 258–261.
5. Halliburton: англоязычная версия. – URL: <https://www.halliburton.com/en-US/default.html> / (дата обращения: 12.03.2020).
6. Halliburton: русскоязычная версия. – URL: <https://www.halliburton.com/ru-ru/about/halliburton-in-russia.html> / (дата обращения: 12.03.2020).
7. Schlumberger: англоязычная версия. – URL: <https://www.slb.com/> / (дата обращения: 05.03.2020).
8. Schlumberger: русскоязычная версия. – URL: <https://www.slb.ru/> / (дата обращения: 05.03.2020).

АНАЛИЗ СПОСОБОВ ПЕРЕВОДА РЕАЛИЙ РУССКОГО ЯЗЫКА НА ИСПАНСКИЙ ЯЗЫК (НА МАТЕРИАЛЕ РОМАНА Л.Н. ТОЛСТОГО «АННА КАРЕНИНА»)

*Редькина А.М.
Палутина О.Г.*

Статья посвящена проблемам интерпретации реалий русского языка при переводе художественного произведения на испанский язык. Рассматриваются специфические черты слов-реалий и анализируется адекватность способов их перевода с точки зрения сохранения русского национального колорита на материале романа Л.Н. Толстого «Анна Каренина».

Ключевые слова: художественный текст, реалия, перевод, национальный колорит, переводческие трансформации.

The article is devoted to the problems of interpretation of Russian culture-bound terms in translating fiction into Spanish. The specific features of culture-bound terms as well as analysis of the adequacy of translation methods used in terms of preserving the Russian national colouring are considered. The research is based on L. Tolstoy's novel «Anna Karenina».

Key words: fiction, culture-bound term, translation, national colouring, translation transformations.

Перевод художественного текста требует от переводчика не только знания языка на очень высоком уровне, но и близкого знакомства с культурой, особенностями исторического развития и чертами менталитета народа, на родном языке которого создано произведение. Одной из трудностей, с которой сталкивается переводчик в процессе перевода художественного текста, это необходимость интерпретации особых лексических единиц – реалий.

Термин «реалия» может рассматриваться в двух значениях: реалия-предмет и реалия-слово, которые тесно связаны между собой и состоят в отношениях референт-знак. В лингвистической науке термин «реалия» чаще всего используется для обозначения *слов, называющих элементы быта и культуры, исторической эпохи и социального строя, государственного устройства и фольклора, т. е. специфических особенностей данного народа, страны, чуждых другим народам и странам* [2]. Ввиду множества схожих, но неоднозначных трактовок настоящего термина, целесообразно выделить основные черты слов-реалий. Во-первых, это единицы лексической системы языка, называющие уникальные, характерные только для конкретного народа явления материальной и духовной культуры. Они могут относиться к разным историческим этапам развития общества и иметь под собой определенный социальный подтекст. Во-вторых, номинативные единицы данных явлений существуют только в исходном языке и отсутствуют в других. Как следствие этого, перенос таких слов на другой язык является непростой задачей для переводчиков.

Реалии относятся к безэквивалентной лексике языка, т.е. такие слова не имеют прямых эквивалентов в других языках. Слова-реалии особенно часто встречаются в художественных произведениях, и от того, как переводчик интерпретирует их на языке перевода, зависит понимание и восприятие иностранными читателями картины жизни той культуры, о которой идет речь в тексте оригинала. При этом реалия, безусловно, является частью исходного текста, поэтому ее передача в тексте перевода необходима для создания адекватного перевода. Следовательно, вопрос сводится не к тому, возможно ли перевести реалию, а к тому, как именно ее переводить [3].

Авторы труда «Непереводимое в переводе» болгарские переводоведы С.Влахов и С.Флорин выделяют два направления обращения с иностранными реалиями. По их мнению, перенести реалии одного языка на другой можно либо с помощью транскрибирования, т.е. путем *«механического перенесения реалии из ИЯ в ПЯ графическими средствами последнего с максимальным приближением к оригинальной фонетической форме»*, либо с помощью перевода [2, с. 87]. Главное преимущество транскрибирования иноязычных реалий заключается в сохра-

нении исходной внешней формы лексической единицы, что ведет к сохранению национального колорита, т.к. такая единица сразу выделяется на фоне других в тексте перевода. Однако переводчик должен уметь и в меру использовать метод транскрибирования. Так, например, В.С. Виноградов убежден, что «чрезмерное увлечение транскрибированием иноязычных слов, называющих реалии <...> не только не способствует сохранению национального колорита, а, наоборот, уничтожает его, загромождая русское повествование и заставляя читателя спотыкаться на каждом шагу о ненужные экзотизмы» [1, с.117]. Тем не менее, далеко не все реалии возможно передать путем транскрибирования. В случаях, когда транскрибирование реалий не выполняет коммуникативную задачу, переводчику необходимо интерпретировать реалию в ПЯ одним из следующих способов перевода:

1. Введение неологизма. Данный способ перевода реалий позволяет сохранить их национальную окраску. Посредством введения новой лексической единицы переводчику часто удается добиться эффекта, близкого к эффекту от оригинального текста. В качестве неологизмов в языке перевода могут выступать кальки и полукальки реалий исходного языка.

2. Приблизительный перевод. При приблизительном переводе переводчику удается передать общий смысл, заложенный в слове-реалии, однако национальный колорит такого слова утрачивается, т.к. реалия исходного языка в языке перевода выражается вполне нейтральными, знакомыми для реципиентов словами. К приблизительному переводу относятся замена реалий по признаку родо-видовых отношений (гипо-гиперонимический перевод), поиск в ПЯ функционального аналога реалии ИЯ, описательный перевод.

3. Контекстуальный перевод. Данный способ идет в разрез с «словарным переводом» той или иной единицы лексики. При контекстуальном переводе на передний план выходит словарное окружение реалии, т.е. ее контекст, который и является определяющим фактором при переводе.

Рассмотрим преимущества и недостатки каждого из перечисленных способов на материале романа Л.Н. Толстого «Анна Каренина». Из большого числа переводов этого романа на испанский язык мы остановили свое внимание на самом современном, на настоящий момент, варианте перевода, выполненного Виктором Гальего Бальестеро. В ходе исследования в тексте романа нами было обнаружено 228 реалий, отражающих быт и культуру русского общества. Проанализировав перевод этих реалий в испанском варианте «Анны Карениной» мы выяснили, что почти половина реалий русского языка, а именно 42% всего исследуемого материала интерпретируются автором с помощью использования функционального аналога в испанском языке. Примерами могут служить следующие единицы: уезд – **distrito**, купцы – **comerciantes**, поверенный – **notario**, юродивый – **necio**, постоялый дом – **posada**, куль – **saco**, вечерня – **avisperas**, камергер – **chambelán**, государь – **emperador**, кабак – **taberna**, приданое – **ajuar** и многие другие [5, 7]. Главными преимуществами передачи реалий русского языка с помощью их функционального аналога в испанском языке являются: 1) легкое восприятие приблизительного значения реалии испаноязычными читателями, т.к. для них эти слова являются вполне знакомыми и понятными; 2) использование функционального аналога позволяет максимально кратко и сжато передать смысл оригинальной

реалии, не ведет к словесной нагроможденности текста. Однако данный способ абсолютно исключает национальный колорит, заложенный в исходном слове или словосочетании. Использование функционального аналога «сглаживает» уникальность русского языка и русской культуры, выраженную в словах-реалиях. Таким образом, замена исходной реалии функциональным аналогом ПЯ позволяет передать ее приблизительное значение знакомыми и понятными испаноязычному читателю словами, однако ведет к потере национально-маркированной лексики русского языка.

Второй по многочисленности способ перевода реалий русского языка, к которому прибегнул автор испанского перевода В. Гальего, заключается в описательном представлении реалии. На долю описательного перевода приходится 19% рассмотренных нами реалий. Приведем несколько примеров: конторщик – **trabajaenoficina**, отдушник – **tubodesalida**, тулуп – **la pelliza de piel de cordero**, ротмистр – **capitán de caballería**, наст– **lacapadehielo**, травник – **el aguardiente de hierbas**, щи – **la sopa de ortigas** [5, 7]. Глядя на приведенные примеры, мы сразу можем отметить основную недостаток описательного перевода реалий – словесная избыточность. Зачастую передать русскую реалию, которая может состоять из одной или двух лексем, таким же количеством испанских лексем невозможно, в т.ч. ввиду особенностей грамматической конструкции испанского языка, поэтому описательный перевод представляется не только в рамках словосочетания, но и даже фразы или целого предложения. Несмотря на громоздкость данного способа, с его помощью автору удастся развёрнуто объяснить незнакомую для читателя реалию, но ее национальный колорит при описательном переводе также утрачивается.

К гипо-гиперонимическому переводу автор обратился в 16% всех случаев столкновения с русской реалией. Стоит отметить, что по признаку родо-видовых отношений автор может заменить оригинальную реалию как в пользу меньшего – родового понятия, так и в пользу большего – видового понятия. Другими словами, автор может прибегнуть к переводческим трансформациям, заключающимся в конкретизации или генерализации концепта. В рамках нашего исследования, подавляющая часть примеров гипо-гиперонимического перевода приходится на генерализацию: двугривенный – **un par de monedas**, трактир – **restaurante**, калачная – **confitería**, артельщик – **mozo**, березовый шлюпик – **unasetanorme**, коромысло – **pértiga**, говенье – **ceremonia**, камилавка – **birrete** [5, 7]. Замена родового понятия видовым не влечет за собой серьезного искажения информации, но помогает переводчику передать то, что хотел сказать автор, с использованием более широкого концепта. Тем не менее, как и ранее рассмотренные способы интерпретации реалий русского языка, гиперонимический перевод ведет к утрате национальной маркированности лексических единиц.

Транскрибирование встречается гораздо реже, чем другие способы передачи реалии: 7%. В основном, с помощью транскрибирования передаются гастрономические реалии русской культуры, русские меры и денежные единицы, а также ряд профессий и воинских званий, характерных для Российской Империи. Они переносятся на испанский язык с сохранением максимально точного произношения такой реалии при помощи алфавита ПЯ. Примерами транскрибированных реалий

могут служить следующие слова: квас – **kvas**, самовар – **samovar**, верста – **versta**, тройка – **troika**, копейки – **kopeks**, староста – **Stárosta**, юнкер – **Junker** и т.п. [5, 7]. Стоит отметить, что транскрибирование – один из немногих способов передачи реалии, при котором сохраняется национальная окраска слова. Русская реалия, перенесенная на испанский язык, сразу выделяется на фоне других лексических единиц, указывая на принадлежность произведения к русской культуре. Кроме того, достоинством транскрибирования является краткость и сжатость перевода, что помогает избежать излишней громоздкости текста, как, например, при описательном переводе. Недостаток данного способа заключается в том, что такая лексическая единица может быть непонятна испаноязычному читателю и требует дополнительного пояснения. В нашем случае, автор В. Гальего после текста романа приводит раздел с комментариями, который включает в себя объяснение практически всех транскрибированных реалий русского языка.

Калькирование встречается в 6% случаев интерпретаций реалий русского языка. Под калькированием принято понимать буквальный перевод каждой языковой единицы, составляющей реалию. Создание кальки в языке перевода позволяет максимально сохранить семантическое содержание иноязычной реалии: родовое имение – **hacienda familiar**, всеобщая воинская повинность – **servicio militar obligatorio**, титулярный советник – **consejero titular**, «Вдовий Дом» – **“Asilo de Viudas”** и т.п. [5, 7].

Контекстуальный перевод встречается лишь в 3% случаев столкновения автора с иноязычными реалиями. При данном способе перевода на передний план выходит смысловое содержание реалии, которое зачастую может быть передано не словарным соответствием, а другими лексическими единицами, правильно вписывающимися в контекст ситуации. Примерами контекстуального перевода в испанской версии романа «Анна Каренина» являются выражения: «за что попал на Гауптвахту» – **loarrestaban**; «**хохлацкая** лень» – **dulcepereza**; «Левин вышел к ним в **переднюю**» – **asuencuentro**; «комиссионер» – **mozo**; «касатик» (ласковое обращение к мужчине, юноше, мальчику) – **amigo** и ряд других [5, 7].

Оставшаяся доля реалий, в рамках нашего исследования, была опущена переводчиком в тексте перевода. Опущение является, скорее, не столько способом передачи реалии, сколько возможным способом обращения с этой той или иной национально маркированной лексической единицей. Стоит отметить, что опущение неизбежно ведет к потере части информации, но допущенные В. Гальего опущения реалий не искажают исходной информации и позволяют читателю в полной мере понять содержание романа.

Таким образом, при переводе романа Л.Н. Толстого «Анна Каренина» на испанский язык, наиболее частыми являются приемы приблизительного перевода, а именно поиск в ПЯ функционального аналога реалии ИЯ, описательный перевод и замена частного понятия более общим (гиперонимический перевод). Основным недостатком перечисленных способов является утрата национального колорита, заключенного в оригинальной реалии. Национально-маркированные единицы лексики, отражающие русскую культуру, быт и особенности жизни российского общества XIX века, в испанских вариантах романа «тускнеют», т.к. они представлены более нейтральными словами.

Среди методов, при использовании которых сохраняется национальная маркированность русских реалий, наиболее распространенными оказались транскрибирование и калькирование. Здесь, в отличие от приблизительного перевода, на первый план выходит не содержание реалии, а ее принадлежность к русской культуре, которая проявляется в сохранении внешней формы реалии.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Виноградов В.В.* Введение в переводоведение (общие и лексические вопросы). / Виноградов В.В. – М.: Издательство института общего среднего образования РАО, 2001. – 224 с.
2. *Влахов С.* Непереводимое в переводе / С. Влахов, С. Флорин. – М.: Международные отношения, 1980. – 340 с.
3. *Кунина Н.Е.* К вопросу о проблемных аспектах перевода: проблема перевода реалий в художественных произведениях / Н.Е. Кунина, В.В. Мошкович, В.М. Мошкович // Вестник челябинского государственного педагогического университета. – Челябинск: ЮУрГГПУ, 2017. – № 9. – С. 165–170.
4. Русско-испанский словарь Мультитран. – URL: <https://www.multitrans.com/m.exe?l1=2&l2=5> (дата обращения: 19.02.2020).
5. *Толстой Л.Н.* Анна Каренина. Роман в 8-ми частях / Л.Н. Толстой. – М.: Эксмо, 2017. – 800 с.
6. *Diccionario de la lengua de la Real Academia Española.* – URL: <http://dle.rae.es/?w=diccionario> (дата обращения: 20.02.2020).
7. *Tolsrtói L.N.* Anna Karénina (Spanish Edition). Traducción de Víctor Gallego Ballesterero / L.N. Tolstói. – Barcelona: Alba Editorial, 2010. – 1008 p.

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА НЕУСТОЯВШЕЙСЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЛЕКСИКИ В ПУБЛИЦИСТИЧЕСКИХ ТЕКСТАХ

*Сотникова Е.О.
Ибрагимова А.Н.*

Статья посвящена анализу перевода неустоявшейся экономической лексики с английского языка на русский язык. В статье рассматриваются способы перевода экономических терминов на примере сравнения оригинальных англоязычных публицистических текстов на тему экономики и их перевода на русский язык в текстах СМИ.

Ключевые слова: безэквивалентная лексика, экономическая терминология, калькирование, транскрипция, описательный перевод.

The article is devoted to the analysis of the economic terminology translation from English into Russian which is often inconsistent. The article analyzes the ways of translating economic terms into Russian comparing the original English publicist texts from contemporary English newspapers.

Key words: non-equivalent words, economic terminology, calquing, transcription, descriptive translation.

В условиях растущей глобализации и интернационализации наблюдается безусловная необходимость в изучении проблемы перевода экономической терминологии. Несмотря на глобальное расширение торгово-экономических отношений, по-прежнему, существуют определенные различия в уровне развитости стран, как в экономической, так и в других сферах, что наглядно отражается в языке. Отсутствие в переводном языке эквивалентных терминов указывает на временной разрыв в развитии определенной системы понятий этого языка.

Также известен тот факт, что статус России укрепляется в международном сообществе, что вызывает необходимость пополнения русских экономических словарей терминами, уже существующими в английском языке, и заполнения вышеупомянутых пробелов в системе русского языка вариантами перевода экономической терминологии. Эта необходимость обуславливается огромным множеством причин. В первую очередь – невозможностью поддержания сотрудничества между странами, ведения бизнеса между отечественными и иностранными компаниями из-за отсутствия в русском языке эквивалентной терминологии, осуществления письменного перевода англоязычных экономических текстов, что может в определенной мере препятствовать развитию российской экономики и осведомленности людей.

В связи с укреплением влияния на мировой арене Великобритании в XVIII веке и Соединенных Штатов Америки во второй половине XX века, английский язык приобрел статус мирового общепринятого языка. На данный момент большая часть международной торговли, конференций и коммуникаций в области бизнеса осуществляется с помощью английского языка. Вследствие растущей распространенности этого языка и ускоряющегося темпа развития всемирной экономики, временной промежуток между появлением названий новых экономических инструментов в английском языке и попытками использовать их в российских реалиях становится все короче.

Благодаря появлению интернета и СМИ, названия новых экономических понятий начинают самостоятельную жизнь в русском языке. Отсутствие серьезных препятствий для межличностного общения и доступа к иностранным информационным источникам открывает людям возможность свободно переводить и распространять данные варианты любительского перевода экономической терминологии.

Вследствие этого, в экономической публицистике возникает такое явление, как *безэквивалентная терминология*, которая может привести к несоответствию понятий, затрудненности восприятия смысла реципиентами и недоразумениям.

Образование в русском языке эквивалента лексической единицы, закрепившейся в системе английского языка, начинается в момент прочтения русскоязычным реципиентом неизвестного ему термина и возникновения в его голове абстрактного, не имеющего лексической оболочки, понятия. На этом этапе реципиент осознает, что в российских реалиях данного понятия и, соответственно, названия для этого понятия еще не существует. На следующем этапе у реципиента возникает необходимость сформулировать русскоязычное название для данного безэквивалентного термина, для осуществления чего он прибегает к таким приемам как калькирование, транскрибирование, транслитерация и описательный перевод. В редких случаях наблюдается сохранение первоначальной графической

оболочки термина. Например, термин “**FTSE index**”, который расшифровывается как “**Financial Times Stock Exchange**”, обозначает один из наиболее котирующихся индексов Британской фондовой биржи, рассчитывающийся компанией FTSE Group. При его переводе на русский язык в большинстве случаев переводят только одну составляющую термина, а именно – “**index**”, при этом полностью сохраняя графическую оболочку аббревиатуры “**FTSE**”. Таким образом, перевод этого термина на русский язык выглядит следующим образом – **индекс FTSE**. Подобная картина наблюдается при анализе перевода термина “**XRP**”. На сегодняшний день XRP является одной из крупнейших криптовалют, принадлежащих платформе Ripple. По своей структуре эта аббревиатура является смешанной: буквы “**RP**” были взяты из начала и середины названия компании **Ripple**, буква “**X**” зачастую используется для обозначения валют, не принадлежащих какой-либо определенной стране. Таким образом, вероятно по причине сложности расшифровки данной аббревиатуры, чаще всего при использовании данного понятия в русских СМИ, его графическая оболочка сохраняется – XRP.

С целью выявления наиболее часто используемых лексических трансформаций при переводе экономической терминологии мы изучили тексты статей новостных порталов CNBC, The Guardian, BBC, Bloomberg и The Economist на экономическую тематику и их переводы на русский язык, представленные на сайте ИноСМИ, а также в русскоязычных версиях вышеуказанных порталов, выбрав 100 безэквивалентных английских терминов методом сплошной выборки.

В результате исследования было выявлено следующее процентное соотношение частотности использования лексических трансформаций в текстах русских СМИ при переводе английских экономических терминов: калькирование – 40%, транскрипция – 32.73%, описательный перевод – 27.27%.

Мы не рассматриваем в данной статье все исследованные нами термины, мы выделили только наиболее частотные приемы перевода, найденные в рамках нашего исследования: калькирование, транскрипция, описательный перевод.

Рассмотрим примеры использования безэквивалентной экономической терминологии в публицистических статьях и варианты их перевода на русский язык.

*“CNBC’s Jim Cramer said the longest **bull market** in history could end at the close of Monday’s session” [8].*

В данном предложении представлен экономический термин “**bull market**”, который активно используется на страницах иностранных новостных источников. Наиболее распространенными вариантами перевода данного термина являются – «**рынок быков**» и «**повышение цен на рынке**». В первом случае используется прием калькирования, во втором – описательный перевод. Следует отметить, что понятие «рынок быков» на данный момент уже используется в русскоязычных СМИ, но не является термином.

В подтверждение этому рассмотрим определение термина “**bull market**” в словаре Cambridge dictionary: *“Bull market – a period when financial investments are rising in value” [6].* В русскоязычных статьях «рынок быков» описывается как ситуация, при которой стоимость ценных бумаг или товаров увеличивается в результате непрерывной скупки и лимитированной продажи или как фондовый рынок, на котором только ожидается рост цен [1]. Таким образом, нарушается один из основных признаков термина – однозначность.

Однако, это понятие не является новым для многих русскоязычных реципиентов, увлекающихся новостями в области экономики и бизнеса, поэтому наиболее подходящий способ перевода в данном случае – калькирование («рынок быков»).

Таким образом, перевод данного предложения будет выглядеть следующим образом: *По словам репортера CNBC Джима Крамера самый продолжительный в истории «рынок быков» прекратит свое существование по завершении заседания в понедельник.*

Полностью идентичная ситуация наблюдается при переводе термина “bear market”.

“A bear market is declared when an asset or an index closes down at least 20% from its most recent 52-week highs” [8].

Наиболее распространенными вариантами перевода данного термина являются «рынок медведей» (калькирование), **спад на фондовом рынке** (описательный перевод) и **понижение фондовой конъюнктуры** (описательный перевод).

“Bear market” является антонимом термина “bull market” и описывается как положение на рынке, при котором стоимость ценных бумаг или товаров снижается в результате активной продажи и лимитированной покупки [5]. Вариант перевода «рынок медведей» так же часто используется в русскоязычных СМИ, является узнаваемым для людей, интересующихся данной темой, но все еще не обладает статусом термина.

Таким образом, в связи с частой употребляемостью понятия «рынок медведей», использование приема калькирования является оптимальным: *«Рынок медведей» наступает в тот момент, когда основные фонды (или рыночный индекс) падают как минимум на 20% за годовой период.*

При переводе англоязычного термина “unicorn” применение калькирования будет неуместным. Данный термин появился в английском языке относительно недавно, следовательно, он незнаком даже большинству англоязычных читателей, в связи с чем авторы статей на экономическую тематику при его использовании в большинстве случаев добавляют пояснение, как показано в примере ниже:

“By the autumn no fewer than 86 new “unicorns” — private, billion-dollar startups — had emerged” [7].

В данном случае, при наличии в предложении определения термина “unicorn”, может быть использован прием кальки: *Осенью насчитывалось не менее 86 новых «единорогов» — частных стартапов-миллиардеров.*

Однако мы считаем, что при самостоятельном использовании этого термина в тексте описательный перевод будет более логичным, так как содержание термина “unicorn” не раскрывается в его названии и при его переводе с помощью калькирования даже приближенный смысл этого понятия не будет ясен русскоязычному читателю. Поэтому мы предлагаем следующий вариант описательного перевода данного термина – **«стартап с миллиардной капитализацией»**.

Также калькированием зачастую переводят следующие термины: **twin crisis** – двойной кризис, **fiscal collapse** – финансовый коллапс, **trade-not-aid agenda** – принцип «торговля, а не помощь», **investment portfolio** – инвестиционный портфель, **day-ahead market** – рынок «на сутки вперед», **financial supermarket** – финансовый супермаркет.

Согласно нашему исследованию, следующим по частотности использования среди лексических трансформаций при переводе безэквивалентной экономической лексики, является транскрипция.

Несмотря на то, что по сравнению с остальными рассматриваемыми в нашей статье способами перевода, транскрипция или транскрибирование англоязычных терминов на русский язык могут вызывать наибольшие трудности для восприятия русскоязычными реципиентами, существует ряд причин, по которым переводчики зачастую отдают предпочтение этому способу. Основными причинами, по нашему мнению, являются тенденция к языковой экономии (переводчик стремится заменить многокомпонентное понятие моноксемной единицей: например, перевод термина «**cryptojacking**» – «**криптоджекинг**» вместо описательного перевода «*использование ресурсов скомпрометированного устройства для генерации криптовалюты без ведома его владельца*») и тенденция к универсализации терминов разных языковых систем для упрощения коммуникации в сфере экономики («**put option**» – **опцион «пут**», «**call option**» – **опцион «кол**»).

Рассмотрим несколько примеров перевода отрывков из англоязычных статей, в которых было использовано транскрибирование.

*“Turkey’s lira was found to have the biggest potential decline against the dollar among the 17 pairs included in the study, however the currency trades less freely than it used to after the authorities restricted access to **swap transactions** so losses may be more muted”* [9].

*«Турецкая лира потенциально может понести самые большие потери по отношению к доллару из тех 17 пар, которые были включены в исследование, однако сейчас эта валюта торгуется менее свободно, чем прежде, после того как власти ограничили доступ к **свопам**, — то есть потери, возможно, будут немного смягчены»* [4].

Англоязычный термин “swap” является сокращением от – “swap transactions” или по-другому “currency swap”. Данный термин представляет собой финансовый инструмент, соглашение, с помощью которого осуществляется продажа ценных бумаг, активов, валюты, одновременно с которым заключается договор о выкупе их обратно по неизменной стоимости [3]. Этот инструмент необходим для взаимопомощи и развития интернациональных отношений в экономике. Например, определенной стране недостаточно валюты для погашения задолженности или ведения международных сделок. В подобных ситуациях наилучшим вариантом будет осуществление «свопа».

Наиболее распространенный вариант перевода данного термина – «своп» (транскрипция), однако, по нашему мнению, такой перевод будет понятен очень узкому кругу аудитории, так как, согласно нашим наблюдениям, в русском языке данная лексическая единица начала появляться всего лишь год назад. Более того, для русскоязычного реципиента восприятие этого понятия будет затруднено, так как основное значение слова “swap” (обмен) знакомо не многим.

Поэтому, по нашему мнению, применение описательного перевода в данном случае является более целесообразным. Мы предлагаем следующий вариант перевода указанного отрывка статьи: *Турецкая лира потенциально может понести самые большие потери по отношению к доллару из всех 17 пар, рассматриваемых в исследовании, однако сейчас эта валюта торгуется менее свободно, чем*

прежде, после того как власти ограничили доступ к валютно-обменным сделкам, – поэтому потери, возможно, будут немного смягчены.

*“In order to manage animal feed costs, Armour & Co and Swift & Co invested heavily in wheat **futures** and controlled some of the country’s largest grain elevators”* [10].

В новостном портале ИноСМИ предоставляется следующий вариант перевода:

*«Чтобы управлять расходами на корма для животных, фирмы «Армор и компания» и «Свифт и компания» инвестировали значительные средства в **фьючерсы** на пшеницу и контролировали некоторые из крупнейших элеваторов в стране»* [2].

Термин “futures” или по-другому “futures contract”, как правило, переводится методом транскрибирования – «**фьючерс**» или «**фьючерсный контракт**», соответственно.

Фьючерс – это соглашение между двумя сторонами (продавцом и покупателем) о покупке или продаже какого-либо актива или ценных бумаг в будущем. Заключая данный договор, стороны заранее устанавливают сроки сделки и цену, которая останется неизменной даже в том случае, если акции компании подорожают [3].

Исходя из этого определения, можно сказать, что, несмотря на то, что транскрибированный перевод этого термина не раскрывает его полного значения, приблизительный смысл будет ясен любому, кто, как минимум, изучал английский язык в школе. Применение описательного перевода в данном случае тоже возможно, но чрезмерная перегруженность конструкции будет явным минусом. Поэтому, по нашему мнению, наиболее логичным вариантом для переводчика будет расширение семантики данного понятия с помощью перевода полной формы этого термина – «**фьючерсный контракт**».

Таким же способом можно перевести следующие экономические термины: **derivative** – дериватив, **securitization** – секьюритизация, **chartist** – чартист, **bootstrapping** – бутстрэппинг, **Gini coefficient** – коэффициент Джини, **due diligence** – дью-дилидженс.

И еще один прием перевода, который мы рассмотрим в данной статье – описательный перевод. Описательный перевод или экспликация заключается в передаче семантической составляющей иноязычного термина посредством использования наиболее распространенного объяснения. Описательный перевод дает возможность наиболее точно передать значение, но при этом значительно загромождает структуру предложения. По нашим наблюдениям, в последнее время наблюдается тенденция к снижению частотности применения этого вида лексических трансформаций в связи со стремлением переводчиков к краткости и сжатости речи.

*“Bed Bath & Beyond shares jumped nearly 5% on Monday after the retailer said it had completed a **sale-leaseback transaction** with an affiliate of Oak Street Real Estate Capital, netting it \$250 million in proceeds”* [5].

В Cambridge Dictionary термин “sale-leaseback transaction” определяется как *“an agreement by which the seller of property or an asset pays rent to the new owner in order to continue using it”* [6].

Наиболее частыми вариантами перевода являются «*сделка продажи с обратной арендой*» и «*сделка продажи с обратной передачей в аренду*». В обоих случаях используется описательный перевод. В немногочисленных случаях применяют прием транскрипции – «**лизбэк**». Однако последний вариант не отражает значение этого понятия, поэтому на наш взгляд перевод данного предложения должен звучать как: *В понедельник акции компании Bed Bath & Beyond повысились почти на 5% после сообщения ритейлера о завершении сделки продажи с обратной арендой с дочерним предприятием Oak Street Real Estate Capital, которая принесла компании 250 миллионов долларов.*

Среди остальных найденных нами случаев применения описательного перевода безэквивалентных экономических терминов встречаются: **hard core** – постоянно безработный гражданин, **purchase commitments** – обязательства по заказам на поставку, **fiscal space** – бюджетно-финансовые возможности, **conscience money** – анонимная дополнительная плата в счёт налогов, **employment blackspot** – район, пораженный экономической депрессией.

Обобщая вышеизложенное, следует отметить, что каждый переводчик, имеющий дело с любым видом перевода экономической лексики, должен помнить о трудности и ответственности этой сферы перевода. В связи с тем, что в языке СМИ возникает огромное количество вариантных обозначений безэквивалентных терминов, одного использования варианта перевода этих терминов, взятого из словаря или найденного на просторах интернета, недостаточно. Необходимо учитывать различия между иностранной и российской экономикой, а также изучать частотность использования найденных вариантов перевода в текстах экономической направленности и анализировать авторитетность данных источников. В противном случае, может быть получен некорректный в смысловом плане перевод.

В заключение следует отметить, что экономическая терминология подвержена довольно-таки быстрым изменениям. Многие присутствующие в англоязычной литературе термины появились относительно недавно и начали использоваться в русскоязычных СМИ только в текущем году. На данный момент большинство из них не изучено и не рассмотрено в научной литературе. В связи с этим можно сделать вывод, что современная экономическая терминология представляет собой перспективный материал для написания работ и проведения дальнейших исследований в сфере лингвистики.

ЛИТЕРАТУРА

1. Институт «Экономическая школа» Национального исследовательского университета Высшей школы экономики. – URL: <https://seinst.ru/page496/> (дата обращения: 19.03.2020).
2. Цена изобилия: как говядина изменила Америку. Первая часть (The Guardian, Великобритания). – URL: <https://inosmi.ru/social/20190517/245072639.html> (дата обращения: 19.03.2020).
3. Banki.ru. – URL: <https://www.banki.ru/> (дата обращения: 19.03.2020).
4. Bloomberg: валюты развивающихся стран могут потерять в цене до 30% из-за распродаж на фоне эпидемии коронавируса. – URL: <https://inosmi.ru/economic/20200317/247064981.html> (дата обращения: 19.03.2020).
5. Bed Bath & Beyond shares jump on real estate deal that gives the retailer \$250 million – URL: <https://www.cnbc.com/2020/01/06/bed-bath-beyond-shares-jump-on-real-estate-deal-for-250-million.html> (дата обращения: 19.03.2020).

6. Cambridge Dictionary. – URL: <https://dictionary.cambridge.org/ru/> (дата обращения: 19.03.2020).
7. China’s formerly white-hot tech sector is in the doldrums. – URL: <https://www.economist.com/business/2019/03/09/chinas-formerly-white-hot-tech-sector-is-in-the-doldrums> (дата обращения: 19.03.2020).
8. Cramer: Monday’s stock market close could usher in the end of the longest bull market ever. – URL: <https://www.cnbc.com/2020/03/09/cramer-monday-close-could-usher-in-end-of-longest-bull-market-ever.html> (дата обращения: 19.03.2020).
9. Emerging Currencies Face Losses of Up to 30% in Virus Sell-Down. – URL: <https://finance.yahoo.com/news/emerging-currencies-face-losses-30-041914161.html> (дата обращения: 19.03.2020).
10. The price of plenty: how beef changed America. – URL: <https://www.theguardian.com/environment/2019/may/07/the-price-of-plenty-how-beef-changed-america> (дата обращения: 19.03.2020).

СПЕЦИФИКА ПЕРЕВОДА ДОКУМЕНТОВ В СФЕРЕ СПОРТА (НА МАТЕРИАЛЕ ПРАВИЛ СОРЕВНОВАНИЙ ПО БАСКЕТБОЛУ)

*Худайметова Л.Р.
Бобырева Н.Н.*

Данная статья посвящена сопоставительному анализу документов в сфере спорта на английском и русском языках и выявлению лингвистических особенностей документов спортивной тематики, на которые целесообразно обращать внимание в ходе предпереводческого анализа и процесса осуществления перевода. В статье описаны основные лексические и грамматические аспекты перевода текстов в сфере спорта на материале документа международного значения «Официальные правила баскетбола».

Ключевые слова: перевод, термин, специальная лексика, спортивная терминология, спортивный дискурс, эквивалент.

This article suggests the comparative analysis of documents in the field of sports written in the English and Russian languages and the identification of linguistic features of sports-related documents, which are advisable to pay attention to during the pre-translation analysis and translation process. The article describes the main aspects of lexis and grammar in translation of texts in the field of sports on the basis of “Official Basketball Rules”, which is a document of international importance .

Keywords: translation, term, special lexis, sports terminology, sports discourse, equivalent.

В современном мире активно пропагандируется спортивный образ жизни. Соответственно, популяризация спорта ведет к глубокому изучению спортивного дискурса и, в частности, диктует необходимость проведения лингвистического анализа официальных документов соответствующей тематики и их переводов. За-

частую документы в сфере спорта являются международными, поэтому их перевод осуществляется на официальные языки тех стран, где распространен тот или иной вид спорта. Изучение особенностей перевода англоязычных документов на русский язык в сфере спорта имеет теоретическое и практическое значение, так как Россия регулярно участвует в международных соревнованиях. Отсюда вытекает потребность в осуществлении адекватного письменного перевода документов спортивной тематики.

На протяжении десятилетий осуществляются телевизионные трансляции международных соревнований. Очевидна потребность в словарях лексики различных видов спорта, и в нашей стране публикуются толковые и переводные словари [1, 2, 8, 10, 11]. Язык всегда развивается и видоизменяется в тех или иных аспектах. Отсюда следует проблема недостаточной изученности некоторых тематических полей терминологической лексики. В результате этого появляются затруднения в переводе документов, содержащих правила спортивных соревнований. Трудности, возникающие в процессе перевода текстов спортивной тематики, отсутствие соответствующих узконаправленных научных исследовательских работ объясняют актуальность, обосновывают теоретическую значимость и практическую ценность исследования спортивной лексики разных тематических групп.

Следует отметить, что большой вклад в изучение специфики специального языка спорта и спортивных текстов внесли Е.Г. Малышева, А.Н. Блеер, Ф.И. Суслов, Е.Г. Тышлер [2, 6, 12]. Проблематикой перевода документов, т.е. текстов делового стиля, занимались Е. Борисова, А.А. Кашаев, Т.В. Лысова, Л.Л. Нелюбин и другие [3, 4, 5, 7]. Однако изучению особенностей перевода документов в сфере спорта не было уделено достаточно внимания в лингвистической научной литературе.

Целью данной статьи является выявление особенностей перевода документов в сфере спорта. Материалом исследования являются тексты правил спортивных соревнований на английском и русском языках, а именно **Официальные правила баскетбола** [9, 13]. В исследовании применялся сопоставительный метод, так как в ходе изучения проблематики производится сопоставление и сравнение англоязычного и русскоязычного документов.

В ходе исследовательской работы были выделены две группы особенностей текстов спортивной тематики: лексические и грамматические особенности. Среди лексических особенностей перевода спортивных текстов можно выделить использование в текстах специальной лексики, в частности заимствованной и прецизионной лексики.

Терминология занимает центральное место в специальном языке спорта. При осуществлении перевода спортивных терминов переводчик должен акцентировать свое внимание на эквивалентности единиц в двух языках. Несмотря на возможную полисемию терминов, перевод спортивной терминологии в правильном значении зависит от контекста.

В ходе нашего исследования мы выявили использование в документах 108 баскетбольных терминов, с общим количеством употреблений – 4530 (далее количество употреблений указано в скобках): **scoreboard** – *табло* (6); **playing court** – *игровая площадка* (83); **substitute** – *запасной игрок* (66); **basket** – *корзина* (42);

free-throw – *штрафной бросок* (47) [13; 9]. Также в текстах встречаются термины-метафоры: **dead ball** – *мертвый мяч* (3); **live ball** – *живой мяч* (25) [13, 9].

Следует отметить, что английская терминология имеет международное значение и влияет на спортивную терминологию в других языках. Данное влияние ведет к обозначению одного и того же понятия несколькими терминами, то есть это понятие может переводиться заимствованным словом или эквивалентом. Примером данному явлению могут служить такие термины как **time-out** – *тайм-аут* (заимствование), *перерыв* (эквивалент); **dribble** – *дриблинг* (заимствование), *обводка* (эквивалент); **crossover** – *кроссовер* (заимствование), *пересечение* (эквивалент). В документах, изученных во время данного исследования, были найдены следующие заимствования: **foul** – *фол* (315); **time-out** – *тайм-аут* (89); **taping** – *тейпы* (3); **overtime** – *овертайм* (74) и другие [13, 9]. Данные лексические единицы были заимствованы методом транскрипции. Примером эквивалента в текстах в сфере спорта может послужить **mouth guard** – *кана* (2) [13, 9]. Проведенный лингвистический анализ позволяет заключить, что в изученных нами документах каждый термин переводится либо через заимствование, либо к нему подбирается эквивалент в языке перевода. Другими словами, один тот же термин не переводится по-разному в рамках одного документа.

Кроме того, в официальных документах в спортивной сфере может присутствовать прецизионная лексика (однозначные и точные в употреблении слова), которая, как правило, не допускает вольной интерпретации (6): **FIBA** – *ФИБА* (3); **FIBA Technical Commission** – *Техническая Комиссия ФИБА* (2) [13, 9].

В ходе сопоставительного анализа было выявлено использование в переводе приема добавления информации в 12 случаях: **a head coach** – *тренер и, по желанию команды, помощник тренера*; **the continuous motion of a player** – *непрерывное движение игрока, находящегося в процессе броска* [13, 9]. Данный способ помогает достигнуть адекватного перевода в случае, если на языке перевода требуется уточнение, конкретизация для правильного понимания той или иной информации.

В процессе перевода официальных документов важно максимально сохранить синтаксическую организацию текста перевода по отношению к тексту оригинала. Параллельные структуры в оригинальных и переводимых документах такого рода необходимы для поддержания точности изложения, последовательности текста.

В нашей исследовательской работе мы проанализировали различные синтаксические конструкции и подходы к их переводу. В изученных нами текстах были использованы как простые, так и сложные предложения: 1) *Socks need to be visible* [13]. – *Носки должны быть видны* [9] (простое предложение). 2) *The first quarter begins when the ball leaves the hand(s) of the crew chief <...>* [13]. – *Первая четверть начинается, когда мяч покидает руку(-у) Старшего судьи <...>* [9] (сложноподчиненное предложение). 3) *The ball does not become dead and the goal counts* [13] – *Мяч не становится мертвым и попадание засчитывается* [9] (сложносочиненное предложение). Простых предложений выявлено 195, сложноподчиненных – 585, сложносочиненных – 390. Также в официальных правилах соревнований часто употребляются распространенные предложения (1155).

В тексте выявлено 2 предложения, осложненных вводными конструкциями (**it is apparent that...** – очевидно ...) и 110 с однородными членами предложения (<...> *the ball is played with the hand(s) only and may be passed, thrown, tapped, rolled or dribbled in any direction* [13]. – <...> мячом играют только руками и его можно передавать, бросать, отбивать, катить или вести в любом направлении) [9]. Редкое употребление вводных конструкций и частое использование конструкций с однородными членами предложения указывает на официально-деловой стиль, который выделяется, в свою очередь, среди других стандартизованностью и стабильностью.

В процессе исследования грамматических аспектов перевода документов в сфере спорта было выявлено, что в текстах на языке оригинала, а именно на английском, по большей мере в предложениях используются глаголы в простом настоящем времени (Present Simple), которые переводятся глаголами в настоящем времени в русскоязычном тексте (1073 употребление). Также для указания условности в английском тексте используется настоящее совершенное время (Present Perfect), которое передается на русский прошедшим временем (121 употребление). Например, *when he **has committed*** [13] – когда он **совершил** [9].

При переводе официальных документов необходимо уделять пристальное внимание модальным глаголам, которые встречаются в текстах такого рода довольно часто. Модальные глаголы **shall** (483), **must** (62), **need** (3), **should** (13) на русский язык переводятся как **должен (-а/-ы)** (566). Например: 1) *All lines **shall** be of the same colour* <...> [13]. – Все линии **должны** быть одного цвета <...> [9]. 2) *All equipment used by players **must** be appropriate* <...> [13]. – Вся экипировка, используемая игроками, **должна** быть подходящей <...> [9]. 3) *Socks **need** to be visible* [13]. – Носки **должны** быть видны [9]. *These **should** be stopped immediately* <...> [13]. – Они **должны** быть немедленно прекращены <...> [9]. Частое использование данных модальных глаголов регламентировано тем, что правила соревнований – это официальный документ, который требует строгого соблюдения указанных положений.

Модальные глаголы **might** (1) и **may** (95) также выявлены в текстах спортивной тематики и переводятся как **может/могут** (96). Если **might** употребляется для описания исключения, отклонения от правил, то **may** используется для указания о допущении, разрешении: 1) *During his act of shooting the player **might** have his arm(s) held by an opponent* <...> [13]. – Во время процесса броска рука(-ы) игрока **может(-ут)** удерживаться соперником <...> [9]. 2) *The officials **may** stop the game* [13]. – Судьи **могут** остановить игру [9].

Еще одной особенностью документов спортивной тематики является частое использование пассивных конструкций (455 употреблений). Например: *The head coach of the offending team **shall be given** a warning* [13]. – Тренер провинившейся команды **должен быть предупрежден** [9]. Пассивный залог указывает на безличность действия, что является важной составляющей текстов, представляющих деловой стиль общения [5].

Перевод документов в сфере спорта является трудоемким процессом, так как в текстах встречается множество сложностей, которые необходимо учесть в предпереводческом анализе и в процессе самого перевода. В ходе нашей исследова-

тельской работы мы изучили и провели сопоставительный анализ официальных документов спортивной тематики, выявили и классифицировали особенности их перевода. Наиболее сложными аспектами перевода таких текстов являются синтаксические структуры, а именно сложноподчиненные и сложносочиненные предложения, пассивные конструкции, структуры с модальными глаголами, однородными членами предложения, и специальные лексические единицы, в частности заимствования и прецизионная лексика.

ЛИТЕРАТУРА

1. Англо-русский, русско-английский словарь спортивных терминов / сост. М.А. Котова. – М.: Советский спорт, 2012. – 232 с.
2. *Блеер А.Н.* Терминология спорта. Толковый словарь-справочник / А.Н. Блеер, Ф.П. Суслов, Д.А. Тышлер. – М.: Издательский центр «Академия», 2010. – 464 с.
3. *Борисова Е.* Элементы стиля: Принципы убедительного делового письма / Борисова Е. – Москва: Альпина Пабли., 2016. – 125 с.
4. *Кашаев А.А.* Основы делового английского языка: учеб. пособие / А.А. Кашаев. – 3-е изд., стер. – Москва: ФЛИНТА, 2017. – 173 с.
5. *Лысова Т.В.* Культура научной и деловой речи: учеб. пособие / Т.В. Лысова, Т.В. Попова. – Москва: ФЛИНТА: Наука, 2011. – 160 с.
6. *Мальшева Е.Г.* Русский спортивный дискурс: лингвокогнитивное исследование: монография / Е. Г. Мальшева. – 2-е изд., стер. – Москва: ФЛИНТА, 2011. – 370 с.
7. *Нелюбин Л.Л.* Лингвостилистика современного английского языка / Л.Л. Нелюбин. – 6-е изд., стер. – Москва: ФЛИНТА, 2013. – 128 с.
8. *Нечаев И.В.* Русско-английский спортивный словарь / И.В. Нечаев. – М.: Русский язык; Медиа, 2006. – 198 с.
9. Официальные правила баскетбола 2018. – URL: <https://russiabasket.ru/federation/referees/rules> (дата обращения: 30.04.2020).
10. Русско-английский, англо-русский словарь-справочник спортивной терминологии: Учеб. пособие для студентов фак. и ин-тов физкультуры и спорта / М-во образования Рос. Федерации. Дальневост. гос. ун-т. Ин-т иностр. яз.; [Л.П. Бондаренко и др.]. – Владивосток: Изд-во Дальневост. ун-та, 2000. – 484 с.
11. Русско-англо-латышско-немецкий спортивный словарь / под ред. У. Швинкса. – Рига: Латвийская академия спортивной педагогики, 2010. – 999 с.
12. *Тышлер Е.Г.* Терминология спортивного фехтования в тренировке и соревнованиях: Монография / Е.Г. Тышлер. – Москва: Олимпия, 2012. – 176 с.
13. Official Basketball Rules 2018. – URL: <http://www.fiba.basketball/documents/official-basketball-rules.pdf> (дата обращения: 30.04.2020).

Научное издание

TERRA LINGVAE

Сборник научных статей

Выпуск 8

Компьютерная верстка

А.И. Галиуллиной

Подписано в печать 03.07.2020.

Бумага офсетная. Печать цифровая.

Формат 60x84 1/16. Гарнитура «Times New Roman». Усл. печ. л. 15,1.

Уч.-изд. л. 18,1. Тираж 80 экз. **Заказ ???**

Отпечатано в типографии

Издательства Казанского университета

420008, г. Казань, ул. Профессора Нужи́на, 1/37

тел. (843) 233-73-59, 233-73-28