

Научное издание

ВЕСТНИК

Луганского государственного
педагогического университета

Серия 3

Филологические науки
Медиакоммуникации

№1(74)
2022



№1(74) • 2022 ВЕСТНИК ЛУГАНСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО ПЕДАГОГИЧЕСКОГО УНИВЕРСИТЕТА



КНИГА

Издатель ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ»
«Книга»

ул. Оборонная, 2, г. Луганск, 91011, т/ф (0642)58-03-20

Министерство образования и науки
Луганской Народной Республики
Государственное образовательное учреждение
высшего образования
Луганской Народной Республики
«Луганский государственный педагогический университет»

ВЕСТНИК



Луганского
государственного
педагогического
университета

Серия 3

Филологические науки
Медиакоммуникации

№ 1(74) • 2022

Сборник научных трудов



Луганск
2022

УДК 08:378.4(477.61)ЛГПУ:[80+070(062.552)]
ББК 95.4я43+80я5+76я5
В 38

Учредитель и издатель
ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ»

Основан в 2015 г.

Свидетельство о регистрации средства массовой информации
№ ПИ 000196 от 22 июня 2021 г.

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ:

Главный редактор

Синельникова Л.Н. – доктор филологических наук, профессор

Заместитель главного редактора

Ротерс Т.Т. – доктор педагогических наук, профессор

Выпускающий редактор

Калинина Г.Г. – заведующий редакционно-издательским отделом

Редактор серии

Новикова А.А. – кандидат филологических наук, доцент

Состав редакционной коллегии серии:

Дяговец И.И.	– доктор филологических наук, профессор
Иванов Е.Е.	– кандидат филологических наук, доцент
Калинкин В.М.	– доктор филологических наук, профессор
Колесникова С.М.	– доктор филологических наук, профессор
Кораблев А.А.	– доктор филологических наук, профессор
Кочетова С.А.	– доктор филологических наук, профессор
Кушнерук С.Л.	– доктор филологических наук, профессор
Ломакина О.В.	– доктор филологических наук, профессор
Марфина Ж.В.	– кандидат филологических наук, доцент
Озерова Е.Г.	– доктор филологических наук, профессор
Присянникова О.И.	– доктор филологических наук, доцент
Соболева И.А.	– кандидат филологических наук, доцент
Супрун В.И.	– доктор филологических наук, профессор
Теркулов В.И.	– доктор филологических наук, профессор
Шулежкова С.Г.	– доктор филологических наук, профессор

В38 Вестник Луганского государственного педагогического университета : сб. науч. тр. / гл. ред. Л.Н. Синельникова; вып. ред. Г.Г. Калинина; ред. сер. А.А. Новикова. – Луганск : Книта, 2022. – № 1(74) : Серия 3. Филологические науки. Медиакоммуникации. – 92 с.

Настоящий сборник содержит оригинальные материалы ученых различных отраслей наук и групп специальностей, а также результаты исследований научных учреждений и учебных заведений, обладающие научной новизной, представляющие собой результаты проводимых или завершенных изучений теоретического или научно-практического характера.

Адресуется ученым-исследователям, докторантам, аспирантам, соискателям, педагогическим работникам, студентам и всем, интересующимся проблемами филологических наук и медиакоммуникаций.

Издание включено в РИНЦ

Печатается по решению Ученого совета Луганского государственного педагогического университета (протокол № 8 от 25.03.2022 г.)

УДК 08:378.4(477.61)ЛГПУ:[80+070(062.552)]
ББК 95.4я43+80я5+76я5

© Коллектив авторов, 2022
© ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ», 2022

СОДЕРЖАНИЕ

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ СОВРЕМЕННОЙ ЛИНГВИСТИКИ

- Бузовский А.В.** Инаугурационная речь президента страны на этапе изменений ценностных ориентаций общества (сравнительный анализ концептуальной структуры выступлений Б.Н. Ельцина – Д. Трампа, В.В. Путина – Д. Байдена).....4
- Ивашенко Е.В., Калиновская Е.А.** Особенности перевода англоязычных рекламных текстов и слоганов на русский язык.....10
- Кисель В.С., Василькова И.Р.** Трудности перевода авторских оборотов в образной фразеологии.....15
- Новикова А.А., Бабий И.М.** Лингвокогнитивные особенности фразеологической номинации.....22
- Стасевич Ю.Ю.** Особенности дериватологии современного немецкого языка (на материале интернет-сленга немецкоязычной молодежи).....31
- Санченко Е.Н.** Специфика передачи культурного контекста англоязычного художественного произведения на русский язык.....37
- Туленинова Л.В.** «Элитарная языковая личность» как объект изучения в лингвокультурологии.....42

ЛИТЕРАТУРОВЕДЕНИЕ И ЛИТЕРАТУРНАЯ КРИТИКА

- Бондаренко К.А.** Художественная реальность в повести Ф.М. Достоевского «Кроткая».....48
- Удодова А.В.** Метафоричность речи как отражение идиостиля писателя (на примере романа Г. Мюллер «Качели дыхания»).....53

ТЕОРИЯ И МЕТОДИКА ФИЛОЛОГИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ

- Гончарова С.В., Калюжная В.Ю.** Обучение иностранному языку с применением методов психолингвистики.....58
- Охрименко Т.О.** Применение игр в практике обучения английскому языку на начальном этапе.....63

МЕДИАКОММУНИКАЦИИ

- Колесник Т.И.** Структурно-функциональные характеристики микроблога (на примере сети Инстаграм).....67
- Куянцева Е.А., Сивак А.В.** Влияние блогеров-журналистов на общественное мнение посредством коммуникативных стратегий.....72
- Якименко Л.Н.** Авторская журналистская программа в современном теледискурсе.....77

- СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ**85
- ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ АВТОРОВ**87

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ СОВРЕМЕННОЙ ЛИНГВИСТИКИ

УДК 808.51-047.44

Бузовский Андрей Владимирович,
ст. препод. каф.
английской и восточной филологии
ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ»
andrey.buzovskiy@bk.ru

Инаугурационная речь президента страны на этапе изменений ценностных ориентаций общества (сравнительный анализ концептуальной структуры выступлений Б.Н. Ельцина – Д. Трампа, В.В. Путина – Д. Байдена)

Статья посвящена инаугурационным выступлениям президентов России и США. Автором предпринята попытка проведения сравнительного анализа концептуальной структуры выступлений президентов России и США: Б.Н. Ельцина (1991) – Д. Трампа (2017), В.В. Путина (2000) – Д. Байдена (2021). Каждая пара исследуемых выступлений относится к определенному периоду изменения ценностных ориентаций общества.

Ключевые слова: *ценностный ориентир, концепт, противостояние, единство, инаугурационное выступление, президент.*

В последнее время в лингвистической науке возрос интерес к разностороннему анализу публичных выступлений политических деятелей в общем и глав государств в частности. Особое место здесь занимают публичные выступления президентов таких государств, как Россия и США: ученые активно исследуют речи политиков во время избирательных кампаний, различные формы коммуникации президентов с народом своих стран, инаугурационные речи. Однако лингвистическая наука еще не располагает достаточным объемом исследований, посвященных сопоставительному анализу выступлений лидеров США и Российской Федерации. В связи с этим возникла необходимость проведения сопоставительного анализа инаугурационных выступлений президентов России и США, пришедших на свой пост на этапе изменений ценностных ориентаций общества.

Глубокий сопоставительный анализ концептуальной структуры президентов Б.Н. Ельцина и В.В. Путина был проведен М.В. Гавриловой, лингвокультурные и лингвостилистические особенности инаугурационного выступления Д. Трампа были исследованы А.В. Поповой. Стилистические особенности инаугурационной речи Д. Байдена изучались И.Е. Копыловой.

Целью данной статьи является сравнительный концептуальный анализ президентских инаугурационных выступлений президентов России Б.Н. Ельцина (1991 год) и США Д. Трампа (2017 год), а также В.В. Путина (2000 год) и

Д. Байдена (2021 год) с опорой на схему концептуального анализа, предложенную М.В. Гавриловой [1].

Следует отметить, что приход к власти первой пары из указанных нами выше лидеров приходится на период отказа общества от старых традиций и ценностей и противопоставление им новых ориентиров. Избрание второй пары президентов демонстрирует возникновение у граждан интереса к традиционным ценностям, но уже на основе обновленных подходов.

Выбор именно этих инаугурационных выступлений президентов обусловлен определенным сходством в развитии общественных процессов в обоих государствах на момент произнесения данных инаугурационных обращений. Произнося свою первую для новой России президентскую инаугурационную речь в 1991 году, Б.Н. Ельцин, как представитель новой формации политических руководителей, строит свое выступление на отрицании старых ценностей и выступает за выработку новых идеологических ориентиров. Сменивший его на президентском посту В.В. Путин в своем первом обращении к народу в качестве президента в 2001 году предлагает избравшим его гражданам идею объединения страны на основе «сильного государства», что, по сути, является частичным возвратом к тем старым ценностям, которые осуждал первый президент новой России Б.Н. Ельцин.

Подобную ситуацию можно наблюдать и в развитии американского общества. Дающий президентскую присягу в январе 2017 года новоизбранный президент Д. Трамп, также как и Б.Н. Ельцин в 2001 году, позиционирует себя как волевой лидер, непричастный к несправедливым действиям старой политической системы в отношении народа. Он готов бросить ей вызов и вернуть власть в руки простых граждан. Сменивший на президентском посту Д. Трампа Д. Байден, подобно В.В. Путину, призывает нацию к объединению на основе возвращения к традиционным ценностным ориентациям. В.В. Путин видит данное объединение на основе идеи «сильного государства», а Д. Байден – на основе идеи «традиционной демократии».

Основными идеологическими концептами инаугурационного обращения президента Б.Н. Ельцина в 1991 году являются такие понятия, как противостояние устаревшей политической системе, свобода, демократия, достоинство человека (приоритет интересов простого человека перед общегосударственными идеями), благополучие, возрождение России, радикальные реформы, мирный способ преобразований.

Ключевым концептом речи Д. Трампа также выступает противостояние устаревшей политической системе. Другие концепты также во многом схожи. Среди них выделим следующие: приоритет американского перед глобальным («Америка прежде всего»), возрождение Америки («сделаем Америку снова великой»), патриотизм, национальная гордость.

Отрицанию старых идей у Б.Н. Ельцина противопоставляется необходимость выработки новых ценностных ориентиров: *интересы государства – интересы каждого человека; кризис – возрождение страны; массовое самопожертвование – благо каждого человека* [1]. В выступлении Д. Трампа также можно видеть подобное противопоставление на основе старых и новых ценностных ориентиров:

интересы государства – интересы каждого человека

– не массовое самопожертвование, а благо каждого человека, его интерес; и в России человек должен стать, и, убежден, обязательно станет мерой всех вещей и всех действий (выступление Б.Н. Ельцина);

– *a nation exists to serve its citizens; the forgotten men and women of our country will be forgotten no longer* (выступление Д. Трампа).

кризис – возрождение страны

– *Великая Россия поднимается с колен; мы обязательно превратим Россию в процветающее государство; Россия возродится* (выступление Б.Н. Ельцина);

– *from this moment on a new vision will govern our land; America will start winning again, winning like never before. We will make America great again* (выступление Д. Трампа).

Теперь проанализируем, каким образом концепт «противостояние» реализуется в выступлениях Б.Н. Ельцина и Д. Трампа на лексическом уровне:

слова с семой «отрицание»

– *отрицание, погубить, забвение, кризис* (выступление Б.Н. Ельцина);

– *poverty, rusted-out factories scattered like tombstones, deprived, crime, gangs, stolen lives, robbed, carnage* (выступление Д. Трампа).

глаголы, существительные и прилагательные с негативными префиксами

– *невозможно, неудача, неизбежна, неприемлем, безвозвратно, безмолвствовал* (выступление Б.Н. Ельцина);

– *disappeared, unrealized, unstoppable, unlocked* (выступление Д. Трампа);

отрицательные предложения

– *достойная жизнь не даруется свыше и не наступает сама собой* (выступление Б.Н. Ельцина);

– *Washington flourished – but people did not share in its wealth* (выступление Д. Трампа: противостояние – власть – народ).

Данные примеры иллюстрируют, что инаугурационные выступления Б.Н. Ельцина и Д. Трампа схожим образом реализуют концепт «противостояние», хотя есть и определенные различия. Так, Д. Трамп использует слова с негативными префиксами в меньшей степени. Вместо этого политик противопоставляет таким словам, как *мы, наши, Америка, американский* выражения с использованием слов *другие, чужой, иностранный, за границей*, а также словосочетание *по всему миру*:

We, our, America, American – foreign, other, oversees, across the entire world (выступление Д. Трампа).

Слова *мы, наши* политик использует в позитивном ключе, а такие слова и сочетания, как *другие, иностранный, другие страны* – в негативном. Таким образом, Д. Трамп выступает против политики глобализма, предлагая вместо этого сконцентрироваться на внутренних проблемах страны. Особенно часто это противопоставление усиливается словом *protect* (англ. защитить, защищать): *protect our borders from the ravages of other countries* (выступление Д. Трампа);

Топос возрождения страны (Сделаем Америку снова великой) Д. Трамп реализует при помощи слов с префиксом *re-* (англ.), что означает что-то сде-

лать заново, повторно, укрепить, восстановить: *rebuild, reinforce, rediscover*. В ходе экспликации концепта «противостояние» Д. Трамп, в отличие от Б.Н. Ельцина, использует слова с отрицательными префиксами реже, вместо этого переходя на уровень отрицательных предложений. Наиболее ярко это выражено в предложениях с использованием отрицательной конструкции *no longer* (англ. больше никогда), что нацелено на подчеркивание его роли, как политика-реформатора, политика-борца, воплощающего собой смену эпох:

– *the forgotten men and women of our country will be forgotten no longer; we will no longer accept politicians who are all talk and no action* (выступление Д. Трампа).

Особенностью речи Д. Трампа является то, что, реализуя контекст «противостояние», он, в отличие от Б.Н. Ельцина, использует местоимения *мы, наши*, а это уже более характерно для инаугурационного выступления В.В. Путина 2001 года, построенного на идее объединения и единства. В выступлении Д. Трампа местоимение *мы* включает всех американцев, кто не является сторонником глобалистской политики устаревшего в своих ценностях высшего руководства, и готов к борьбе. Этим он подчеркивает, что старый истеблишмент никуда не ушел и с ним предстоит вести борьбу. *Они*, как противоположность *мы* в понимании Д. Трампа – это политики-глобалисты, ведущие неверную политику, и страны-конкуренты, использующие ослабление США в своих целях.

Концептуальная структура инаугурационной речи Д. Байдена 2021 года схожа со структурой речи В.В. Путина 2001 года в том, что построена на раскрытии концепта *единство*. Оба лидера говорят о единстве нации после определенного раскола в обществе. В его раскрытии оба президента возвращаются к традиционным в общественном сознании понятиям, отрицание которых, по их мнению, и привело к расколу. Д. Байден возвращается к традиционному для граждан США понятию *демократия*. Слово демократия, которое предшествовавший ему президент Д. Трамп не употребляет ни разу, Д. Байден произносит 10 раз. В.В. Путин связывает концепт *единство* с идеей о «сильном государстве» как залоге успешного развития страны. Данная идея является понятной и уже более приемлемой для россиян – в большинстве своем бывших граждан СССР, разочаровавшихся в возможности радикальных демократических преобразований.

Анализ инаугурационных выступлений президентов России и США В.В. Путина и Д. Байдена показал наличие сходства в реализации политиками концепта «единство» на лексическом уровне. Президент России раскрывает концепт «единство» за счет использования лексических средств категории обобщенности, что также характерно для инаугурационного выступления президента США. Среди данных лексических средств мы выделили следующие:

слова «весь, вся, все» (В.В. Путин) – слова “all”, “whole” (Д. Байден)

– *все, кто проголосовал за меня; всё, что происходит в стране* (выступление В.В. Путина);

– *i will be President for all Americans; my whole sole is in it* (выступление Д. Байдена).

слово «общий» (В.В. Путин) – слово “common”(Д. Байден)

– у нас с вами одно общее будущее (выступление В.В. Путина);

– *what common objects we love that define us all as Americans?* (выступление Д. Байдена).

глагольные лексемы, означающие «добиться единства» (В.В. Путин) –

глагол “unite”(Д. Байден)

– *собрать граждан вокруг общих целей* (выступление В.В. Путина);

– *uniting our people* (выступление Д. Байдена);

Следует отметить, что наряду с использованием глагола *unite* (англ. объединять), президент Д. Байден многократно использует существительное *unity* (англ. единство). Концепт «единство» выражается напрямую посредством использования слова *единство*. В одном из предложений данное слово повторяется дважды:

It requires the most elusive of things in a democracy: unity. Unity (выступление Д. Байдена).

Данное предложение демонстрирует призыв к нации объединиться вокруг традиционных демократических ценностей.

Важно также отметить, что особое место в выступлениях президентов В.В. Путина и Д. Байдена занимает местоимение *мы*. Как отмечает М.В. Гаврилова, использование обобщенного субъекта *мы* служит частью объединительной идеологии с целью выстраивания логической связи между лидером нации и народом [1]. У президента Д. Байдена значение *мы* сочетается с местоимением *я*:

Hear me out as we move forward... (выступление Д. Байдена).

Кроме того, в речи Д. Байдена категория *мы* усиливается употреблением фразы “*We, the people*” («Мы, народ» – первая фраза преамбулы к Конституции США) – риторический прием, способствующий выстраиванию у реципиента «ассоциативно-вербальных связей для адекватного понимания им доминанты выступления». У В.В. Путина это достигается посредством упоминания Кремля, в стенах которого «веками вершилась история нашей страны». Во всех инаугурационных выступлениях президентов России и США, приведенных выше, наиболее частое использование значимых для нации культурных маркеров *мы* встречаем в речи президента Д. Байдена: “*Capitol*” (Капитолий), “*one nation under God*” («одна нация под Богом» – фрагмент из клятвы верности Американскому флагу), “*Emancipation Proclamation*” («Прокламация об освобождении рабов» Авраама Линкольна 1862 года), “*Civil War*” (Гражданская война в США с 1861 по 1865 годы), “*World War*” (мировая война), “*9/11*” (теракты 11 сентября 2001 года), “*I have a dream*” («У меня есть мечта» – название самой известной речи, произнесенной в 1963 году Мартином Лютером Кингом – известным борцом за равные права для чернокожих в США). Никаких отсылок к конкретным культурным маркерам *мы* не видим в речи Б.Н. Ельцина 1991 года. Президент России просто говорит о древней истории страны, но сосредотачивает основное внимание на отказе от негативного прошлого и надеждах на светлое будущее. В речи президента Д. Трампа культурные маркеры присутствуют, но в меньшей степени, чем в выступлении Д. Байдена.

Обобщая вышеизложенное, делаем вывод о том, что в концептуальной схеме выступлений Б.Н. Ельцина и Д. Трампа, в которых реализуется концепт «противостояние», присутствуют как схожие, так и различные элементы на различных уровнях его экспликации. Кроме того, в выступлении Д. Трампа есть элементы, относящиеся к концепту «объединение» (например, использование местоимения *мы*). И, наоборот, при сравнении речей лидеров России и США, реализующих концепт «объединение», – В.В. Путина и Д. Байдена, в речи президента США нами также были выявлены элементы, свойственные для противоположного дискурса – «противостояние» (реализуемые при помощи частицы *not* – англ. *ne*).

Таким образом, несмотря на сходство основных элементов при раскрытии концептов «объединение» и «противостояние» для лидеров России и США, выступающих с инаугурационными обращениями к своим народам на этапе изменений ценностных ориентаций общества, каждое из выступлений имеет свою специфичность вследствие различий общественно-политического, традиционного и культурного плана, а также индивидуальных особенностей личности президента. Перспективы исследования мы видим в дальнейшем компаративном изучении речей президентов мировых государств.

Список литературы

1. Гаврилова М.В. От противостояния через единство к стабильности [Электронный ресурс] / М.В. Гаврилова. – Режим доступа: <https://gapn.ru/library.php?d=310&n=35&p=12>, свободный. (Дата обращения: 12.01.2022 г.).
2. **The Inaugural Address** [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://trumpwhitehouse.archives.gov/briefings-statements/the-inaugural-address/>, свободный. (Дата обращения: 12.01.2022 г.).
3. **Inaugural Address by President Joseph R. Biden, Jr.** – Режим доступа: <https://www.whitehouse.gov/briefing-room/speeches-remarks/2021/01/20/inaugural-address-by-president-joseph-r-biden-jr/>, свободный. (Дата обращения: 12.01.2022 г.).

Buzovskiy A.V.

President's Inaugural Address During the Period of Transformation in Societal Values (Comparative Analysis of the Conceptual Structure of the Speeches of B.N. Yeltsin and D. Trump, V.V. Putin and J. Biden)

The article is focused on the inaugural addresses of Russian and American Presidents. The author made an attempt to conduct comparative analysis of the conceptual structure of the speeches of Russian and American Presidents: B.N. Yeltsin (1991) – D. Trump (2017), V.V. Putin (2001) – J. Biden (2021). Each pair of the speeches relates to a certain period transformation in societal values.

Key words: *value, concept, stand-off, unity, inaugural address, president*

УДК 811.111; 81'25

Иващенко Елена Витальевна,
ст. препод. каф. теории и
практики перевода и общего языкознания
ГОУ ВО ЛНР «ЛГУ им. В. Даля»
elena.ivashenko.70@mail.ru

Калиновская Елена Андреевна,
ст. препод. каф. теории и
практики перевода и общего языкознания
ГОУ ВО ЛНР «ЛГУ им. В. Даля»

Особенности перевода англоязычных рекламных текстов и слоганов на русский язык

Статья посвящена изучению особенностей перевода рекламных текстов, которые обязательно нужно учитывать в процессе передачи их на другой язык. Переводчик должен не только передать смысл рекламы, но и адаптировать её под культурную среду читателя. Также переводчику необходимо перевести рекламный текст так, чтобы перевод вызвал такую же реакцию у потребителя, как и исходный текст рекламы. И, конечно, задача переводчика заключается в правильном подборе эквивалентов и в адекватном, грамотном переводе.

***Ключевые слова:** реклама, рифма, стилистический эффект, дословный перевод, исходный язык, переводной язык.*

Реклама – довольно сложный информационный феномен, который является неотъемлемой частью современного мира, поэтому можно предположить, что она возникла наряду с торговлей и поначалу проявлялась в примитивных формах, например, надписи на дощечках, камнях или же зданиях. Именно так древние люди могли узнавать о каком-либо товаре или событии.

В современном мире реклама – совершенно обычное и привычное для нас явление. Она сопутствует практически любой человеческой деятельности: коммерческой, социальной, культурной, политической. Её мы встречаем в буквальном смысле на каждом шагу: телевидение, радиовещание, печатные издания, афиши и, конечно же, интернет. Реклама стала отдельной самостоятельной наукой, которая нуждается в тщательном изучении.

Благодаря развитию информационных технологий, коммерческая, политическая и любая другая деятельность человека вышли на интернациональный уровень. Вместе с этим невозможно отрицать то, что и реклама в наши дни имеет международное значение. Из-за развития международных отношений реклама стала межкультурным явлением, которое требует перевода на различные языки мира. Поэтому переводчику необходимо уметь правильно перевести рекламные тексты с учётом всех культурных особенностей исходного и переводящего языков, хорошо разбираться в различных сферах деятельности.

Актуальность данной темы обуславливается необходимостью перевода рекламных текстов и слоганов с английского языка на русский, так как английский язык играет значимую роль в современном информационном пространстве и является международным языком, т.е. языком общения всего мира.

В современном мире реклама является труднопереводимым явлением и зачастую теряет свою экспрессивную окраску и эффективность при переводе. Поэтому необходимо не только перевести рекламный текст, но и адаптировать его под культурную среду народа переводящего языка, то есть, перевод рекламного текста должен иметь такую же эффективность воздействия, как и оригинал рекламного текста.

В англоязычной рекламе, например, для усиления эффективности используются глаголы в императиве: *buy, try, ask, get, see, feel, taste, watch, start*; в русскоязычной рекламе даются такие же эквиваленты в повелительном наклонении: покупай, смотри, открой, попробуй и т.д.

К наиболее употребительным прилагательным, используемым в англоязычных слоганах, относятся: *natural, rich, good, best, free, fresh, wonderful, special, fine, big, great, real, easy, bright, extra, rich, gold*. В их русских аналогах используют следующие прилагательные: хороший, лучший, богатый, удивительный, отличный, первый, свежий, особый, непростой, необычный, в отличие от обычных, и др. [2, с. 669].

Коммерческая реклама несет в себе информацию о товарах или услугах, которые имеют свои названия и названия производителей. Это значит, что первой трудностью при переводе рекламных текстов выступают имена собственные.

Имена собственные – слова, выполняющие, в основном, номинативную функцию. При их переводе используются такие способы:

- транскрипция;
- транслитерация;
- включение в текст иностранного имени в его исходной графике.

Переводческая транскрипция – это формальное пофонемное воссоздание исходной лексической единицы с помощью фонем переводящего языка, фонетическая имитация исходного слова: *Blake Lively* – Блейк Лайвли; *Dick Forsbury* – Дик Форсбери [3, с. 63].

Переводческая транслитерация – формальное побуквенное воссоздание исходной лексической единицы с помощью алфавита переводящего языка, буквенная имитация формы исходного слова: *Tito* – Тито; *Disney* – Дисней [3, с. 63].

В транскрипции единицей перевода является фонема, а в транслитерации – графема. Однако существует также способ перевода на уровне морфем – калькирование.

Еще один способ – включение в текст иностранного имени в его исходной графике. Зачастую, люди знают, как произносится название той или иной торговой марки, и не требуют наличия транскрипции. Но некоторые товары, услуги или торговые марки являются малоизвестными. Тогда необходимо обозначить, что они представляют собой при помощи уточнения. Например:

Allstate – страховая компания «*Allstate*»; *Canon Pixma MG6450* – принтер «*Canon Pixma MG6450*»; *World Spirits Competition* – конкурс спиртных напитков «*World Spirits Competition*».

Ещё один, наиболее трудоёмкий, процесс – перевод художественных средств. Переводчику необходимо не только передать смысл содержания, но и попытаться сохранить то или иное художественное средство в переводе. От того, насколько точно переводчик способен передать смысл экспрессивно-стилистических приемов, зависит качество перевода оригинала [4, с. 65].

При передаче анафоры, эпифоры или, к примеру, фоноимитации у переводчика не возникает значительных проблем. Например: *Real recipes. Real Ingredients. Real good.* – Настоящие рецепты. Настоящие ингредиенты. По-настоящему вкусно (анафора). *This Cruze is for the legendary – and soon to be legendary* – Этот автомобиль создан для легендарных – и скоро сам станет легендарным (эпифора).

Или же для перевода слогана автомобиля Mazda «*Zoom-Zoom*», в котором наблюдается такой приём, как фоноимитация, мы используем такой приём, как транскрипция, и получаем «Зум-Зум».

Наиболее труднопереводимыми художественными средствами являются игра слов (каламбур), метафора, рифма, аллюзия, аллитерация. Такие стилистические приёмы зачастую характерны слоганам. В этом случае переводчику необходимо не только передать смысл исходного текста, но и форму его изложения. Например, при переводе игры слов переводчику необходимо найти стилистические средства, выполняющие сходную установку и создающие сходный стилистический эффект в языке перевода. В первую очередь переводчик пытается найти прямое соответствие, при его отсутствии создаётся каламбур того же типа [5, с. 61].

Рассмотрим слоган компании Samsung «*Digitally Yours*», который образован от английского выражения «*fully yours*», что переводится как «искренне ваш». Чтобы сохранить игру слов, мы переводим это выражение как «цифренно ваш». Или, например, компания Domino занимается производством сахарной пудры для приготовления глазури, а также рекламирует благотворительную организацию «*No Kid Hungry*». Слоган данной компании «*The Real Way to do Sweet!*» является двусмысленным, так как словосочетание «*to do sweet*» имеет два значения: «делать сладости» и «делать хорошие дела». Мы переводим данный слоган как «лучший способ подсластить», т.к. слово «подсластить» здесь выступает в двух значениях. Первое значение – сделать сладким, второе подсластить жизнь, т.е. сделать её лучше.

Что касается метафор, метафорические образы, характерные для английского языка, нередко отсутствуют в русском, и наоборот. Поэтому прямой перенос метафор из русского текста в английский или из английского в русский не всегда возможен, и возникает необходимость в замене одного образа на другой.

Иногда переводчику необходимо дать объяснение метафоре, чтобы она стала понятна читателю. Так, например, объясняется значение слова «флоп» в следующем рекламном тексте: *FLOP CONVENTION ON ITS HEAD AND YOU CHANGE THE GAME FOREVER. By the late '60s, high jumping had reached its*

limit. Enter Dick Forsbury. Rather than go front-first like those before, he dared to jump back-first. He shattered records and changed the sport forever. / ОСУЩЕСТВИТЕ «ФЛОП» ЗА РУЛЁМ ЭТОЙ МАШИНЫ, И ВЫ ИЗМЕНИТЕ ПРАВИЛА ИГРЫ НАВСЕГДА. К концу 60-х прыжки в высоту достигли своего предела. Например, в отличие от других спортсменов, которые прыгали по стандартной технике исполнения, атлет по прыжкам в высоту Дик Форсбери впервые осмелился применить другую технику, которая теперь называется «форсбери-флоп». Он побил рекорды и навсегда изменил спорт.

Особенно трудной задачей для переводчика является перевод рифмы. Однако рифмованные слоганы являются наиболее эффективными и легко запоминаются. К сожалению, порядок слов для разных языков – разный, к тому же в поэзии, где слова складываются в рифму и имеют свой ритм, наилучшие слова зачастую не будут вписываться в ритм стихотворения. Например: *Be wise when you advertise* / Сначала всё у нас узнайте – потом рекламу размещайте. И тогда переводчику необходимо выбрать: передать форму текста или его содержание. При невозможности передать и то, и другое рифма просто опускается: *It's the fruit cup all grown up!* – *Это фрукты, на которых все выросли!*

Перевод аллюзий достаточно сложен, так как ему должен предшествовать предварительный кропотливый анализ, который предполагает также хорошую эрудицию переводчика. Например, слоган *Love them like family. Feed them like family* мы переведём Любим как детей. Кормим как детей. В данном слогане речь идёт о домашних животных, которые являются частью семьи, а так как они меньше, чем взрослые люди, то вполне целесообразно приравнять их к детям.

Аллитерация (повторение однотипных согласных) довольно эффективный приём, однако очень труднопереводимый. Зачастую этот приём просто опускается при переводе: *What ever you can imagine, with Canon you can.* – *Всё, что ты только можешь вообразить, ты можешь осуществить с Canon.*

При переводе рекламы дословный перевод используется редко, т.к. в том случае текст может потерять свою окраску и силу воздействия. Дословный перевод зачастую используется при переводе простых, неполных предложений: *Conviction. Creativity. Courage* – Уверенность. Креативность. Смелость.

При переводе рекламных текстов в большей степени используется вольный перевод. Точный перевод наблюдается намного реже, т.к. в разных языках используются разные экспрессивные средства, а иногда подобрать эквивалент очень трудно, поэтому нередко рекламный текст исходного языка очень сильно отличается от текста перевода, а иногда текст перевода пишется заново и представляет собой абсолютно новую текстовую единицу, поэтому перспективы исследования мы видим в дальнейшем изучении данной темы, ведь задача перевода рекламных текстов заключается не в том, чтобы передать каждое слово, а в том, чтобы вызвать такую же реакцию у потребителя, как в исходном тексте рекламы.

Список литературы

1. **Аксенова К.А.** Реклама и рекламная деятельность: конспект лекций / К.А. Аксенова. – М. : Приор-издат, 2005. – 96 с.
2. **Апетян М.К.** Особенности перевода слоганов англоязычных реклам на русский язык / М.К. Апетян // Молодой учёный. – 2014. – № 1. – С. 668–669.
3. **Казакова Т.А.** Практические основы перевода: учеб. пособие / Т.А. Казакова – СПб. : Союз, 2005. – 320 с.
4. **Илюшкина М.Ю.** Теория перевода: основные понятия и проблемы : учеб. пособие / М.Ю. Илюшкина. – Екб. : Изд-во Урал. ун-та, 2015. – 84 с.
5. **Лингвистические теории** в интерпретации переводческих стратегий: комплексный анализ переводческого процесса / О.А. Сулейманова [и др.]. – М. : ЛЕНАНД, 2015. – 272 с.

**Ivashchenko E.V.,
Kalinovskaya E.A.**

Features of Translation of English Advertising Texts and Slogans into Russian

The article is devoted to the study of the features of advertising texts translation, that must be taken into account in the process of transferring them into another language. The translator must not only convey the meaning of the advertisement, but also adapt it to the reader's cultural environment. Also, the translator needs to translate the advertising text in such a way that the translation will cause the same reaction from the consumer as the original text of the advertisement does. The task of the translator is to make a correct selection of the equivalents and perform an adequate translation.

Key words: advertisement, rhyme, stylistic effect, literal translating, source language, target language.

Кисель Виктория Сергеевна,
ст. препод. каф.
теории и практики перевода
ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ»
victoria_bessonnaya@yahoo.com

Василькова Ирина Романовна,
препод. каф.
теории и практики перевода
ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ»
irina_gukalova@mail.ru

Трудности перевода авторских оборотов в образной фразеологии

Данная статья посвящена проблеме перевода авторских оборотов в образной фразеологии. В работе освещены сложности перевода лексики образной фразеологии и указаны способы её перевода. Проанализирован ряд примеров перевода авторски трансформированных образных фразеологизмов.

Ключевые слова: *образная фразеология, авторские обороты, метафоричность, двойная актуализация, имплицитный смысл.*

Авторски трансформированные образные фразеологизмы, то есть авторские обороты, по праву считаются наиболее многогранными и насыщенными способами образования образных фразеологизмов. Довольно много образных фразеологических единиц формируется или обновляется благодаря авторским оборотам, которые обладают разнообразной эмоциональной и экспрессивной окраской. Авторы художественных произведений могут либо сами создавать образные фразеологизмы, либо придают новый оттенок, другое значение или имплицитный смысл и содержание уже существующим. Использование образных фразеологических единиц способствует насыщенности текста, усилению образности, метафоричности, экспрессивности и выполняет функцию эмоционального влияния на реципиента, читателя, то есть, автор художественного произведения вносит что-то живое, неизведанное, новые оттенки значения и семантики, смысл, идею в любой существующий образный фразеологизм. Таким образом, перевод индивидуально-авторских образных фразеологизмов считается сложным и трудоемким процессом в силу количественных и качественных изменений коннотативного значения определенной образной фразеологической единицы.

Целью статьи является изучение теоретических и практических аспектов выбранной темы, способов перевода авторских оборотов образной фразеологии в англоязычной литературе.

В силу своей семантической целостности, богатства речи, образности, лаконичности и яркости, наука «фразеология» несомненно играет довольно важную роль в каждом языке. А образная фразеология по праву считается

многими учеными, такими как: О.И. Блинова, В.В. Виноградов, А.В. Кунин, М.В. Ломоносов, А.А. Потебня, В.Н. Телия, А.А. Шахматов, одной из наиболее сложных для адекватного перевода частей лингвистики. Её специфическая и особенная структура привлекает заслуженное внимание многих лингвистов и переводчиков.

В современном английском языке многие выражения известных, талантливых английских и американских писателей и поэтов со временем стали авторскими оборотами благодаря их постоянному использованию не только в художественных произведениях определенной страны, но и в обычной жизни по всему миру и во многих языках. Особенно важными, насыщенными, философскими можно считать авторские образные фразеологические единицы У. Шекспира (W. Shakespeare): «better a witty fool than a foolish wit» («Twelfth Night, or What You Will») – остроумие дурака лучше, чем остроумие глупого; умничает глупо, а дурачится умно; лучше остроумный дурак, чем глупый остряк; лучше остроумный дурак, чем глупящий мудрец. «Cowards die many times before their deaths» («Julius Caesar») – трус умирает много раз ещё до смерти, но смелый лишь однажды; трус умирает сотни раз пред смертью своей; раньше (прежде) смерти не умрешь; у страха глаза велики (said about a person who sees danger where there is none, gives way to fear without reason). «Something is rotten in the State of Denmark» («The Tragedy of Hamlet, Prince of Denmark»), often shortened to «Hamlet») – что-то неладно (не все спокойно, все гнило, подгнило, прогнило что-то, не все так гладко, что-то не в порядке) в Датском королевстве; происходит что-то подозрительное; здесь дело нечисто [4]. «Salad days» («Anthony and Cleopatra») – пора юношеской неопытности; зелёная (беззаботная) юность; незрелый возраст (a period of youth and inexperience). «Hoist by (with) one's own petard» («The Tragedy of Hamlet, Prince of Denmark»), often shortened to «Hamlet») – попавший в собственную ловушку, пострадавший от собственных козней (caught in one's own trap). «Plague on both your houses!» («Romeo and Juliet») – Чума возьми семейства ваши оба! Чума на оба ваши дома (a frustrated curse on both sides of an argument). «To wear one's heart upon one's sleeve for daws to peck at» («Othello (The Tragedy of Othello, the Moor of Venice)») – не (уметь) скрывать своих чувств, выставлять напоказ свои чувства, не отличаться сдержанностью, быть влюбчивым, легко увлекаться (в Средние века рыцари носили на рукаве цвета своей дамы). Однако эта образная фразеологическая единица в современном английском языке обычно звучит в сокращенном виде и иногда с предлогом «on»: «to wear one's heart on (upon) one's sleeve». «A fool's paradise» («Romeo and Juliet») – призрачное счастье, нереальный мир, блаженное неведение, мир иллюзий, самообман (an illusory happiness; a state of happiness based on a person's not knowing about or denying the existence of potential trouble). «The better part of valour is discretion» («King Henry IV») – без осторожности нет и доблести (то есть не следует подвергать себя ненужному риску), одно из украшений храбрости – скромность, осторожность – лучшая часть отваги, бережёного Бог бережёт, поспешишь, людей насмешишь, не зная броду, не суйся в воду, семь раз отмерь, а один отрежь (it is better to avoid a dangerous situation than to confront it). В современном английском языке эта образная фразеологическая единица существует с

измененным порядком слов: «discretion is the better part of valour». «To applaud (cheer) to the echo» («Macbeth (The Tragedy of Macbeth)» – горячо, шумно, восторженно аплодировать, разразиться громом аплодисментов, устроить бурную овацию (to applaud or cheer enthusiastically). «To buy golden opinions» («Macbeth (The Tragedy of Macbeth)» – заслужить благоприятное (лестное) мнение о себе, вызвать восхищение. В современном английском языке звучит так: «to win golden opinions» [7].

Кроме «шекспиризмов», которые вошли во всеобщее употребление, существует множество других известных авторских оборотов: «vanity fair» («The Pilgrim's Progress (from This World, to That Which Is to Come)» by J. Bunyan) – ярмарка тщеславия, базар житейской суеты, мир праздности; «to reign in Hell is better than to serve in Heaven» («Paradise Lost» by J. Milton) – лучше править в аду, чем прислуживать в раю; «heaven (paradise) on earth» («Paradise Lost» by J. Milton) – рай земной (на земле); «to fall on evil days» («Paradise Lost» by J. Milton) – впасть в нищету, бедствовать, влечить жалкое существование, чёрные дни наступили, обнищать, попасть в полосу неудач, стать несчастным, хлебнуть горя; «the banana republic» («Cabbages and Kings» by O. Henry) – банановая республика, небольшая страна с неразвитой экономикой (о малой латиноамериканской стране; very small, poor country, which is politically unstable is sometimes referred to as banana republic); «to bury a hatchet» (F. Cooper) – закопать топор войны; «the almighty dollar» («The Creole Village» by W. Irving) – всемогущий доллар, деньги; «the iron heel» («The Iron Heel» by J. London) – железная пята, ига; «the execution of the laws is more important than the making of them» (T. Jefferson) – исполнение законов важнее их создания (написания), законы исполнять тяжелее, чем их писать; «gone with the wind» («Gone with the Wind» by M. Mitchell) – унесенные ветром, исчезнувший бесследно, канувший (ушедший) в прошлое, ищи ветра в поле; «the cold war» (W. Lippmann) – холодная война (a state of political hostility between countries characterized by threats, propaganda, and other measures short of open warfare, in particular); «iron curtain» (W. Churchill) – железный занавес (завеса), непреодолимый барьер; «fools rush in where angels fear to tread» («An Essay on Criticism» by A. Pope) – дуракам закон не писан, дураки спешат туда, куда ангелы и ступить боятся, куда мудрец боится и ступить, туда безумец мчится без оглядки, (people without good sense or judgment will have no hesitation in tackling a situation that even the wisest would avoid); «to damn with faint praise» («Epistle to Dr. Arbuthnot» by A. Pope) – похвалить для виду, быть сдержанным в своих похвалах, осуждать, делая вид, что хвалишь, похвалить обидно-снисходительным тоном (to praise so unenthusiastically that the effect is condemnation); «silent majority» (Pres. Nixon) – молчаливое (пассивное, безмолвствующее) большинство (a presumed moderate majority of the citizens who are too passive to make their views known); «to catch (take) somebody red-handed» («Ivanhoe» by W. Scott) – застать кого-либо на месте преступления, захватить кого-либо с поличным [4]; «to laugh on the wrong side of one's mouth (face)» («Rob Roy» by W. Scott) – от смеха перейти к слезам, огорчиться, опечалиться, смех сквозь слезы, приуныть после веселья, расстроиться (to show sudden disappointment or shame after appearing cheerful or confident); «to beard the lion in his den (lair)» («Marmion (a Tale of Flooded Field»

by W. Scott) – напасть на врага в его собственном жилище, бесстрашно бросить вызов опасному противнику, напасть на льва в его логове (to confront or challenge someone on their own ground; to approach a feared or influential person, especially in order to ask a favour); «murder will out» («The Canterbury Tales» by G. Chaucer) – шила в мешке не утаишь, все тайное становится явным, преступление не скрыть (murder can't remain undetected); «all the world and his wife» («Polite Conversation (A Complete Collection of Genteel and Ingenious Conversation)» by J. Swift) – все без исключения, большая компания, много народу, всё светское общество, «высший свет», весь белый свет (a large group of people of various kinds); «a sight for sore eyes» («Polite Conversation (A Complete Collection of Genteel and Ingenious Conversation)» by J. Swift) – приятное (отрадное, желанное) зрелище, загляденье, услада (бальзам) для усталых глаз; «quarrel with one's bread and butter» («Polite Conversation (A Complete Collection of Genteel and Ingenious Conversation)» by J. Swift) – бросить занятие, дающее средства к существованию, действовать вопреки своей выгоде, пилить сук, на котором сидишь, идти против собственных интересов; «a (one's) King Charles's head» («David Copperfield (The Personal History, Adventures, Experience and Observation of David Copperfield the Younger of Blunderstone Rookery)» by Ch. Dickens) – навязчивая идея, «пунктик», предмет помешательства; «a bag of bones» («Oliver Twist» by Ch. Dickens) – кожа да кости, истощенный человек (об очень худом человеке); «never say die» («David Copperfield (The Personal History, Adventures, Experience and Observation of David Copperfield the Younger of Blunderstone Rookery)» by Ch. Dickens) – никогда не отчаивайтесь, не падайте духом, не складывайте оружия, пока живу (дышу) – надеюсь (used to encourage someone in a difficult situation); «an artful dodger» («Oliver Twist» by Ch. Dickens) – прохвост, ловкач, ловкий плут, проныра, себе на уме (прозвище воришки-карманника Джона Докинса); «man Friday» («Robinson Crusoe» by D. Defoe) – Пятница, верный (преданный) слуга (a loyal male servant, personal assistant, helper or follower); «an albatross round one's neck» («The Rime of the Ancient Mariner» by S. Coleridge) – постоянное напоминание о чьей-либо вине, печальное обстоятельство (в поэме моряк убивает альбатроса и этим накликает беду на корабль, в качестве наказания он вынужден носить мертвое животное на шее); «a (the) cup that cheers, but not inebriates» («The Task» by W. Cowper) – напиток веселящий, но не пьянящий, чай; «as merry as a marriage-bell» («Childe Harold's Pilgrimage» by Lord Byron) – очень веселый человек; «(Dr.) Jekyll and (Mr.) Hyde» («The Strange Case of Dr. Jekyll and Mr. Hyde» by R. Stevenson) – доктор Джекилл и мистер Хайд, человек, в котором одерживает верх то доброе начало, то злое, человек-оборотень (двуликий), воплощающий в себе два начала (a person with two distinct personalities, one good, the other evil); «(little) rift within the lute» («Idylls of the King» by Lord Tennyson) – разлад (трещина) в отношениях, начало болезни, червоточина; «little Mary» («Little Mary» by J. Barrie) – желудок, животик.

Примером несметного количества индивидуально-авторских оборотов является книга «Книга джунглей» Р. Киплинга («The Jungle Book» by R. Kipling) [2]:

«Who are we, the Gidur-log, to pick and choose?»

Перевод: «Кто мы такие, Джидур-лог, чтобы быть разборчивыми?»

Образная фразеологическая единица «to pick and choose» – быть разборчивым, привередливым, тщательно выбирать (to select only the best or most desirable from among a number of alternatives, to pick fastidiously, squeamishly, fussily, etc).

«By the Law of the Jungle he has no right to change his quarters without due warning».

Перевод: «По Закону Джунглей он не имеет права менять место жительства без предупреждения».

«The Law of the Jungle, which never orders anything without a reason, forbids every beast to eat Man except when he is killing to show his children how to kill, and then he must hunt outside the hunting grounds of his pack or tribe».

Перевод: «Закон Джунглей, который никогда не приказывает что-либо беспричинно, запрещает всем зверям есть Человека. Кроме тех случаев, когда животное убивает для того, чтобы показать своему потомству, как именно это надо делать. Но тогда он должен охотиться вне мест охоты своей стаи или племени».

Авторский образный фразеологизм «law of the jungle» – закон джунглей, волчий закон (a state of ruthless competition or self-interest) [2].

Этот же образный фразеологизм использует и О. Генри (O. Henry) в рассказе «Девушка» (Girl):

«It is the Law of the Jungle. She is mine».

Перевод: «Это закон джунглей. И она принадлежит мне» [3].

Еще один пример авторской образной единицы Р. Киплинга из стихотворения «Загадка мастерских» («The Conundrum of the Workshops» by R. Kipling):

«We have learned to whittle the Eden Tree to the shape of a surplice-peg,
We have learned to bottle our parents twain in the yolk of an addled egg,
We know that the tail must wag the dog, for the horse is drawn by the cart;
But the Devil whoops, as he whooped of old: 'It's clever, but is it Art?»

Перевод: «Нам известно, как Райское Древо свалить и свести до тонюсенькой спички.

Нам известно, как вырастить мать и отца, пребывающих в тухлом яичке.

Нам известно, как делают жареный лёд и как дыры идут на заплатки.

«Занимательно! – Черт восклицает, как встарь, – но Искусство ли это, ребятки?»

Образная фразеологическая единица «the tail wags (wagging) the dog» – хвост виляет собакой, меньшинство командует большинством, подчинённый командует начальником (the less important or subsidiary factor, person, or thing dominates a situation; the usual roles are reversed).

Примеры некоторых авторских оборотов на примере романа «Золотая тетрадь» Д. Лессинг («The Golden Notebook» by D.Lessing):

«Actually I think he rather likes you, in his heart of hearts».

Перевод: «На самом деле, я думаю, ты ему нравишься, но где-то в глубине души».

Образный фразеологизм «heart of hearts» – в глубине души (the depths of one's conscience or emotions).

«There is nothing new under the sun», said Anna.

Перевод: «Ничто не ново под луной», – сказала Анна.

Образный фразеологизм «nothing new under the sun/there is nothing new under the sun» – ничто не ново под луной [1].

Индивидуально-авторские обороты на примере сказки «Новое платье короля» Г.Х. Андерсена («The Emperor's New Clothes» by H.C.Andersen):

«The Emperor has no clothes on!»

Перевод: «А король-то голый!»

Образный фразеологизм «the Emperor has no clothes on» – а король-то голый.

«It was always said of him, «The Emperor is sitting in his wardrobe».

Перевод: «О нем всегда говорили: «Король постоянно сидит в шкафу».

Данный индивидуально-авторский оборот «the Emperor is sitting in his wardrobe» – король постоянно сидит в шкафу. Следует отметить, что эту образную фразеологическую единицу не следует понимать дословно, в ней присутствует образность и метафоричность, необходимая авторскому обороту [5].

Авторская образная фразеологическая единица на примере стихотворения «Ликует сердцу» У. Вордсворта («My Heart Leaps Up» by William Wordsworth):

«My heart leaps up when I behold

A rainbow in the sky:

So was it when my life began;

So is it now I am a man:

So be it when I shall grow old,

Or let me die!

The child is father of the man;

And I could wish my days to be

Bound each to each by natural piety».

Перевод: «При виде радуги на небе разноцветной

Ликует сердцу и поёт,

Так было в детстве, жизни, где начало,

Не изменилось нынче всё ни мало,

Так будет в старости бесцветной,

И смертный час, когда придёт!

Премудрость детская нередко мужа поучала.

Желал бы я, чтоб благодать природы

Соединяла дни мои и годы».

Индивидуальный авторский оборот «the child is father of (to) the man» – уже в ребёнке заложены черты взрослого человека, всякий бык телёнком был, ребёнок – будущий мужчина [6].

Таким образом, можно сделать вывод, что авторские обороты играют огромную роль в образовании образных фразеологических единиц. Проанализировав несметное количество примеров авторски трансформированных образных фразеологизмов, приходим к заключению, что передача таких оборотов на язык перевода является довольно непростой задачей для переводчика

по причине двойной актуализации и осмыслению того, что автор хотел донести до читателя той или иной образной фразеологической единицей, поэтому перспективы дальнейших исследований мы видим в исследовании образной фразеологии в художественной литературе и способах её перевода, а также практическом анализе произведений.

Список литературы

1. **Золотая тетрадь** : [роман] / Дорис Лессинг; [пер. с англ. Е. Мельниковой]. – СПб. : Амфора, 2009. – 732 с.
2. **Книга Джунглей** = The Jungle Book / Редьярд Киплинг. – М. : Радуга, 2006. – 339 с.
3. **Короли и капуста** : рассказы / О. Генри. – М. : Рипол Классик, 2000. – 827 с.
4. **Розенталь Д.Э.** Словарь-справочник лингвистических терминов / Д.Э. Розенталь, М.А. Теленкова. – М. : Просвещение, 1976. – 99 с.
5. **Сказки Г.Х. Андерсена** : сб. сказок : [для детей мл. шк. возраста] / Г.Х. Андерсен; [пер. с дат. А. Ганзен]. – М. : Дет. лит., 1999. – 62 с.
6. **Стихотворения** [текст] : [16+] / Уильям Вордсворт ; [пер. с англ.: С. Маршак и др.] ; [сост., предисл., примеч. Г. Кружкова]. – М. : ЭКСМО, 2015. – 253 с.
7. **Newmark P.** About translation / P. Newmark. – London : Multilingual Matters, 2003. – 184 p.

Kisel V.S.,
Vasilkova I.R.

Translation Difficulties of Author's Turns in Figurative Phraseology

This article is devoted to the problem of author's turns in figurative phraseology. The article reports on translation difficulties of figurative phraseology and considers ways to translate the vocabulary properly. A number of examples of author's transformed turns in figurative phraseology have been analyzed.

Key words: *figurative phraseology, author's turns, metaphoricity, double actualization, implicit sense.*

УДК 811'373.7–021.321

Новикова Анна Анатольевна,
канд. филол. наук, доцент,
и.о. заведующего кафедрой английской и
восточной филологии
ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ»
anitabogdan@mail.ru

Бабий Ирина Михайловна,
студент 3 курса
ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ»
iren_babiy@mail.ru

Лингвокогнитивные особенности фразеологической номинации

В статье рассматриваются развитие номинативной функции языка в целом и особенности фразеологической номинации в частности. Авторы утверждают, что изучение номинативных актов в когнитивном аспекте позволит представить в новом ракурсе фразеологическую систему любого языка.

Ключевые слова: номинация, фразеологические единицы, номинативная функция.

Начало XXI века отмечается расширением старых и появлением новых областей номинации, что вызвано бурным развитием науки и техники, средств массовой информации. Однако развитие номинативной функции языка отражается не только в расширении и обновлении понятийной сферы отнесенности наименований, но и изменении способов номинации. В разные эпохи и в разных языках преобладают разные типы создания номинаций, то есть, действуют определенные типы активных номинативных процессов, которые влияют на номинативный состав определенного языка, и, безусловно, это касается и фразеологической номинации, ведь языковая репрезентация – это «опосредованное, или «вторичное» (через подобие) представление в сознании человека образов (первообразов) материальных или идеальных объектов их свойств, отношений и процессов» [7, с. 125].

Фразеологизмы являются одним из способов отображения языковой картины мира, которая формирует тип отношения человека к миру, определяет нормы поведения человека в нем и его отношение к миру [1, с. 33]. Изучая фразеологизмы англоязычного общества, мы можем не только улучшить уровень владения языком, но и понять культуру и быт англичан, узнать факты исторического прошлого, раскрыть национальный характер, именно поэтому данное исследование является интересным и актуальным.

Устойчивость, постоянство, систематизация, семантика, этимология, разработка методов и принципов изучения и выделения фразеологизмов, классификация, функции, их объём в изучаемом языке, существование в раз-

ные эпохи, а также перевод фразеологических единиц на другие языки – всё это исследуется и описывается на страницах учебников известных авторов, таких как Г. Антрушина, И. Арнольд, Р. Гинзбург, Л. Смит и другие. К исследованию фразеологического состава английского языка обращались такие лингвисты и языковеды, как Н. Амосова, Е. Арсеньева, В. Виноградов, А. Кунин, А. Смирницкий, Ю. Шафрин и другие; изучением фразеологизмов в лингвокультурологическом, этнолингвистическом и лингвострановедческом аспекте занимались: Н. Арутюнова, А. Вежбицкая, В. Карасик, В. Телия, Ч. Филлмор, В. Шаховский, А. Швейцер и т.д.

Под номинативным составом языка обычно понимают всю совокупность его единиц, выполняющих номинативную функцию, то есть, служащих для названия вычлененных языковым сознанием из внеязыкового континуума отдельных его фрагментов, соответствующих «видению мира» данной лингвокультурной общностью. «Номинативные единицы – это тот инвентарь языка, который служит средством построения изречений: последние состоят из таких единиц и в то же время приспособляются к общему смыслу – как семантически и прагматично, так и за счет грамматических форм» [9, с. 57]; а «акт номинации» – это, прежде всего, гносеологический акт, поскольку он обусловлен общим процессом познавательной деятельности человека – принципом избирательности. Принцип избирательности состоит в том, что хоть какой объект внеязыковой реальности не может быть отражен во всей совокупности его параметров [3, с. 218].

Система как лексической, так и фразеологической номинации, сложившаяся в ходе своего исторического развития, представляет собой достаточно сложное образование, в которое входит целый ряд взаимодействующих друг с другом номинативных механизмов, участвующих в своей совокупности в выполнении фундаментальной когнитивной функции языка – выделении, фиксации и закреплении в человеческом сознании социально значимых фрагментов деятельностного опыта [6, с. 53]. Отметим также, что номинативная техника достаточно разнообразна. Используя разные средства номинации, человек обобщает и дифференцирует свойства и отношения предметов и явлений. Таким образом, общественно-исторический опыт поколений отражается и фиксируется в значениях языковых единиц. При когнитивном подходе номинация рассматривается как деятельность, связанная с возникновением и преобразованием определенных информационных структур, создаваемых вследствие познавательной деятельности человека и отражения реальных предметов или явлений в его сознании.

Новая фразеологическая единица, как и новая лексическая единица, фиксирует новый фрагмент деятельностного опыта или по-новому, в другом ракурсе, описывает лексический опыт, закреплённый ранее. Инновации демонстрируют тот этап познавательной деятельности людей, когда они начинают отражать в своих обозначениях не просто определенные отдельные предметы, процессы и признаки, но все эти явления как увиденны, так и осмыслены в их взаимосвязи [5, с. 13], поэтому существует необходимость рассмотрения черт, характеризующих слово или словосочетание как единицу номинации, рассмотрения связи номинативной деятельности и когниции. Такой подход

позволит более глубоко выявить сущность неологии вообще и фразеологической неологии в частности.

Важным для нас является и положение о том, что сам процесс создания новых слов и фразеологизмов в генезисе любого языка трудно отграничить от процесса их использования в коммуникативных целях, в то же время процесс создания неологизмов детерминируется концептуальным осмыслением действительности и необходимостью, рождающейся в совместной деятельности людей, поэтому необходимо объективировать это осмысление и сделать его достоянием социума [11, с. 24].

Некоторые исследователи – представители ономазиологического подхода (Б. Серебренников и А. Уфимцева) уже излагали подобные идеи и близкие точки зрения при рассмотрении лингвистической сущности номинации и ее аспектов: они изучали номинацию как исключительно сложное явление, понимание сущности которого связано с решением целого комплекса разнообразных проблем. Процесс и результаты номинации связаны с формированием понятий, в которых природные качества вещей и явлений представлены в преобразованной на основе человеческой потребности форме. Так, речь является одновременно средством познания окружающего мира, но она также связана с формированием и передачей мыслей, выражением чувств, оценок и различных интенций, что указывает на обслуживание следующих сфер: эмоциональной, речевой и коммуникативной деятельности человека. Тот факт, что язык является полифункциональным, свидетельствует о том, что он дает наименование вещам, явлениям, способствует обобщению и дифференциации их качеств и отношений; сохраняя и передавая общественный опыт, отраженный в значениях и наименованиях языковых единиц, то есть, язык удовлетворяет одновременно и коммуникативные потребности людей.

Так, А. Кубрякова исходит из того, что номинация составляет неотъемлемую часть процесса коммуникации и в этом смысле сама номинация коммуникативна [5, с. 14]. Такой подход к понятию номинации подчеркивает важность и необходимость изучения явлений, связанных с процессом и результатом обозначения, потому что познание закономерностей номинации связано с более глубоким пониманием роли человеческого фактора в речи, раскрытием функционального взаимодействия всех участков системы и структуры языка, где языковая техника должна обеспечивать реализацию мысленно-коммуникативных потребностей и намерений человека [11, с. 25].

Теория номинации развивалась, прежде всего, как теория, направленная на объяснение пути «от вещи к ее обозначению», то есть, пути «от предметного мира – к наименованию отдельных его фрагментов» [3, с. 219]. К тому же, в работах ономазиологического направления наблюдалась тенденция отражать чисто когнитивные, познавательные моменты в номинативной деятельности и особенности создания в этих процессах структур сознания, которые предстояло объективировать в актах номинации.

Такая позиция была достаточно четко выражена также в работах Г. Колшанского. По его мнению, процесс номинации неразрывно связан с познавательной деятельностью человека, а природа номинации – с гносеологическим характером отражающей деятельности человеческого мышления [4, с. 135]. В

другой работе он писал, что «сущность номинации заключается не в том, что языковой знак обозначает вещь или каким-то образом соотносится с вещью, а в том, что он представляет некоторую абстракцию как результат познавательной деятельности человека» [4, с. 135], абстракцию как отражение реальных предметов и явлений в сознании. Таким образом, в априорном акте номинации должно находиться формирование той структуры сознания, которая ищет форму своей фиксации.

Согласно А. Кубряковой, акт номинации трактовался не просто как особый речево-мыслительный акт, но как акт познавательный и закрепляющий постигнутое в форме языкового знака [5, с. 35]. Следует отметить, что когнитивный взгляд на вещи и явления рождается, когда изучаемый феномен – в нашем случае это фразеологическая инновация – исследуется не просто по мере его близости к сознанию, но по тем реальным связям и корреляциям, которые могут быть обнаружены между структурами сознания или структурами знания и объективными языковыми формами. Когнитивный подход позволяет аргументировать мнение о том, что новые единицы возникают как именные, закрепляющие в актах номинации различные структуры знания.

Интересная черта акта номинации заключается в том, что, являясь сначала актом индивидуальной деятельности человека и объективируя по существу субъективную структуру сознания, сложившуюся в голове одного человека, этот акт по своему материальному результату – сформированному языковому обозначению – становится достоянием других носителей определенного языка, позволяя соотносить тело знака со структурой знания, определенным значением [11, с. 27].

Итак, акт номинации также зависит от коммуникативных факторов. По мнению А. Кубряковой, новые обозначения создаются не только для того, чтобы фиксировать результаты познавательной и эмоциональной деятельности человека, но и для того, чтобы сделать эти результаты достижением других людей. В иерархии цели и задач номинативной деятельности трудно поставить во главу угла то ли когнитивные, то ли коммуникативные задачи, поскольку в принципе они не должны расходиться [5, с. 14], ведь без номинации нет коммуникации, а без когниции не может быть номинации.

Акт номинации имеет своего инициатора и создателя и является довольно сложным процессом, разные стороны которого взаимосвязаны и влияют друг на друга, причем это влияние разнообразно по форме и содержанию. И все же в акте номинации всегда присутствует его прагматичная направленность – желание что-то объяснить своему собеседнику, связать свои интенции со знанием адресата и его характеристиками и эмоциями, выбор средств подобного воздействия на адресата требует когнитивных усилий, а сами интенции говорящего – следствие его участия в дискурсе и адресатной направленности акта общения [11, с. 36].

Специфическая черта фразеологических инноваций как средства отражения окружающей действительности заключается в том, что он состоит из двух этапов. Первый этап является актом первичной номинации и заключается в том, что определенный последовательный набор звуков, оформленных в слово, приобретает определенное значение. Второй этап является актом вто-

ричной номинации, «в результате которого сочетание, состоящее из нескольких слов, каждое из которых имеет в парадигме словаря собственное значение, приобретает новое совокупное значение, не равное значению любого из слов-компонентов фразеологической единицы» [10, с. 36].

В отличие от лексических единиц, фразеологические единицы называют иначе, ведь у семантически производного слова имеется предшественник с четкой денотацией (и в соответствии со своими условиями референции). Во фразеологических единицах в качестве «предшественника» выступает сочетание слов, компоненты которого теряют самостоятельную денотацию и референтную автономность, к тому же слово проявляет при вторичной номинации обычно только один из образно ассоциированных признаков, характерных для него в первичном значении, а фразеологизмы, как правило, «переносят» из словосочетания прототипа несколько признаков. Причина состоит в том, что словосочетание-прототип является, во-первых, полизнаковым, во-вторых, – оно в процессе переосмысления включается в полизнаковый классификационный фрейм или акциональный фрейм, который уже заполнен подробностями [9, с. 85]. Из этого следует, что значение фразеологизма всегда более подробно, чем значение слова.

Одной из особенностей фразеологической номинации является образование единиц третичной номинации. Сущность этого типа номинации состоит в том, что фразеологические неологизмы образуются от уже существующих в речи фразеологизмов, которые являются продуктами вторичной номинации. Следует констатировать, что когнитивный подход к решению лингвистических задач послужил мощным импульсом к изучению проблем соотношения языка, мышления и сознания в новом ракурсе, в основе которого лежит постулат об их тесной и неразрывной связи [2, с. 23].

Образное мышление народа является главным стимулом создания фразеологических единиц, а потому реалии объективной действительности, представляемые во фразеологических единицах, принадлежат главным образом не самой реальной действительности, а духовному миру человека, его интеллектуально-эмпирическому отражению объективной реальности, поэтому многочисленными оказываются фразеологические параллели, связанные с процессами чувственного познания. Это определяется тем значением, которое имеют первичные формы отражения окружающего мира для жизни человека, началом чувственного ориентирования в развитии познавательной деятельности человека, то есть на сегодняшний день одним из наиболее значительных центров фразеологических новообразований является человек и его характеристика.

Исследователи фразеологии отмечают, что выражая абстрактное через конкретное, отделенное через обозримое чувственно и наглядно, фразеологизмы являются якобы формой рефлексии внеязыковой действительности. Фразеологизм является «яркой частью образно-номинативной картины мира» [2, с. 23]. Фразеологическая единица представляет собой специфическую единицу номинации, особенно с точки зрения ее ономаσιологических качеств.

Семаσιологически-ономаσιологический подход к фразеологическим единицам обусловлен тем, что фразеологизмы в большинстве своем – метафо-

ры, в основе которых лежит процесс переименования объектов внеязыковой действительности, являющийся одним из основных способов формирования смысла вторичной номинации [1, с. 32]. При исследовании фразеологизмов как объектов вторичной номинации, основным экстралингвальным фактором, способствующим их употреблению, считают эмоционально-экспрессивный фактор. В то время как эмоции можно исследовать и эксплицировать с помощью образных средств, одним из которых считают фразеологические единицы.

Каждый раз, когда мы имеем дело с внутренним миром человека, речь оказывается почти самым надежным проводником в этот мир, потому что закрепляет опыт интроспекции десятков поколений на протяжении многих тысяч лет. Фразеологизмы, отражающие представления человека о различных предметах и явлениях окружающего мира, являются ярким примером всех представлений и взглядов носителей языка на действительность. Они порождены необходимостью существования выразительных средств для нужд коммуникации – вербального выражения чувств, эмоциональных оценок, способов эмоционального воздействия, ярких и точных характеристик человека, предметов, явлений.

Фразеологизмы дают оценку разным качествам человека – физическим, психическим, интеллектуальным и другим. Они дают характеристику человеку, учитывая его принадлежность к определенному социальному слою, роду занятий, полу, возрасту и т.д. К тому же они могут выражать состояние, действие, качество, меру, интенсивность, количество, описывать ситуацию, состояние дел и т.д.

Известно, что обозначение определенного фрагмента действительности во фразеологизмах идет по пути установления аналогии между новым содержанием и той типизированной ситуацией, закрепленной в языковой картине мира, выражающейся внутренней формой фразеологизма. Понятно, что любой фрагмент картины мира в большинстве случаев может быть выражен и нефразеологическими средствами, но при отражении действительности в процессе фразеобразования обеспечивается интенция, направленная на сохранение в номинации меткости, яркости, а также оценки обозначаемого как рациональной, так и эмоциональной. Указанные выше характеристики описания действительности достигаются при употреблении фразеологизмов за счет того, что снимается в большей степени фактор ограниченности отражения, заключающийся в том, что некоторую ситуацию можно описать только с большей/меньшей степенью приближенности к реальной действительности, вследствие разнообразия элементов и ее составляющих, конечного количества языковых знаков, связанного с ограниченной возможностью человеческого сознания воспринимать чрезмерно большое количество информации [8, с. 134].

Таким образом, фразеологизм компенсирует дефицит информации при отражении действительности и, кроме того, передает оценку этой информации субъектом отображения. Как отмечает В. Телия, передачу информации фразеологизм выполняет экономными «краткими» средствами – выражает во внутренней форме характерные черты некоторой ситуации, закрепленной в языковом сознании носителя данного языка, ситуации, возникающей в виде

образа при произношении звуковой оболочки идиомы [9, с. 13]. Образ выступает в сознании в «размытом виде», в виде определенного «гештальта», редуцированного в отношении цели номинации, причем у разных фразеологических единиц мера редукция различается в зависимости от определенного психологического феномена – осознания «внутренней формы одной идиомы» или стертого у носителей данного языка на определенном этапе своего развития. При «живом» образе возникает более или менее размытая «картинка», некоторый вариант фрагмента языковой картины носителя данного языка, идиома со стертым образом лишь «намекает» на некоторые связи, существенные для цели номинации, абстрагируясь от несущественных связей.

Необходимо также отметить, что фразеологические единицы представляют, в отличие от лексических, не картину мира, а лишь ее отдельные фрагменты, особенно актуальные для носителей языка. Фразеологизмы своим значением частично пересекаются с лексикой, дополняя картину мира, создаваемую лексическими единицами, ведь образ мира не состоит из образов отдельных предметов и явлений – он изначально функционирует как целое. Из этого следует, что любой образ является составной частью образа мира и сущность его заключается не в нем самом, а в том месте, которое он занимает и в той функции, которую он выполняет в целостном отражении реальности.

Отмечается, что словосочетание «фразеологический образ мира» или «фразеологическая картина мира» – скорее научная модель, чем термин, обозначающий определенный фрагмент действительности. Однако, само существование фразеологии, а в первую очередь – метафоры, на основе которой в основном появляются фразеологизмы, является свидетельством разнообразия в кодировании и передаче информации, а также составляет одно из важных отличий между фразеологической и лексической системами (в пределах последней метафора, как способ создания новых слов, имеет второстепенное, подчиненное значение) [10, с. 36]. К тому же, фразеологические единицы отличаются от лексических характером и объемом заложенной в них информации. Добавим, что особенностями фразеологической репрезентации мира считают то, что фразеологические единицы обладают большим объемом и другим характером информации, чем единицы лексического уровня. Свойством определенной части фразеологических единиц является их способность представлять деятельностный образ мира.

Таким образом, имеется связь когнитивизма (гносеологии) с фразеологией через одно из главных понятий когнитивизма – мышление, как теоретическое так и практическое, ведь мышление, в частности образное мышление, базируется на образе, который, в свою очередь, лежит в основе фразеологизмов. Мы разделяем мнение А. Кубряковой о том, что когнитивный подход и теория номинации тесно между собой связаны, потому что одним из наиболее важных вопросов последней является вопрос о том, какая часть знаний об объекте проработана или, обрабатываемая сознанием, постепенно превращается в концепт объекта, получающего отдельное наименование. «Фразеологическая номинация получила новый исследовательский вектор – анализ и моделирование психоментальной основы выбора той или иной внешней формы с учетом культуры народа, структуры этносознания и их эволюции» [5, с. 15].

Итак, осмысление акта номинации с когнитивной точки зрения означает поиски ответа на вопрос о том, какие наборы концептов и почему вербализуются в исследуемом языке в данном случае – в английском, и какая конкретная языковая форма выбирается при этом для решения этой задачи. Изучение номинации как особого вида когнитивной деятельности позволяет включить ее в общий контекст когнитологии, в центральные задачи которой входит изучение путей и способов вербализации структур знаний. Изучение номинативных актов в когнитивном аспекте позволяет представить в новом ракурсе фразеологическую систему языка, рассмотрев ее сквозь призму восприятия и мышления человека. Когнитивный подход предусматривает возможность проследить в акте номинации его прагматическую направленность, учитывать определенные правила поведения со словом или словосочетанием и стратегии его нормального функционирования в дискурсе и тексте, поэтому перспективы дальнейших исследований мы видим в изучении номинации отдельных тематических групп фразеологизмов.

Список литературы

1. **Артемова А.Ф.** Фразеологические единицы английского языка как объект вторичной номинации / А.Ф. Артемова // Вторичная номинация в современном английском языке. – Пятигорск, 1987. – С. 32–37.
2. **Болдырев Н.Н.** Концептуальное пространство когнитивной лингвистики / Н.Н. Болдырев // Вопр. когнитив. лингвистики. – 2004. – № 1. – С. 23–24.
3. **Волосевич С.П.** Номинативная ценность и значимость фразеологических единиц, видоизмененных путем субституции / С.П. Волосевич // Очерки исследований в области гуманитарных наук в педвузе: сб. научно-метод. трудов. – Горловка: ГГПИИЯ, 1997. – С. 218–222.
4. **Колшанский Г.В.** Лингво-гносеологические основы языковой номинации / Г.В. Колшанский // Языковая номинация: общие вопросы. – М.: Наука, 1977. – С. 99–146.
5. **Кубрякова Е.С.** Новые единицы номинации в перекраивании картины мира как транснациональные проблемы / Е.С. Кубрякова // Языки и транснациональные проблемы: матер. Междунар. науч. конф. – М., Тамбов: Изд-во ТГУ им. Г.Р. Державина, 2004. – С. 9–16.
6. **Рогозина И.В.** Ментальный образ как один из способов репрезентации мира / И.В. Рогозина // Концептуальная картина мира и интерпретивное поле текста с позиций лингвистики, журналистики и коммуникативистики: сб. матер. Всерос. науч.-практ. конф. – Барнаул, 2000. – С. 52–67.
7. **Розенталь Д.Э.** Словарь-справочник лингвистических терминов / Д.Э. Розенталь, М.А. Теленкова. – М.: Просвещение, 1985. – 624 с.
8. **Серебренников Б.А.** Роль человеческого фактора в языке. Язык и мышление / Б.А. Серебренников. – М.: Наука, 1988. – 242 с.
9. **Телия В.Н.** Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты / В.Н. Телия. – М.: Наука, 1996. – 288 с.
10. **Чердниченко В.А.** Новая лексика и фразеология английского языка, отражающая физическое и ментальное состояние человека / В.А. Чердниченко // Новая филология. – 2003. – №3(18). – С. 35–41.

- 11. Черепанова Л.В.** Когнитивно-дискурсивное исследование новой английской лексики : дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04 / Л.В. Черепанова. – М., 2001. – 304 с.

*Novikova A.A.,
Babiy I.M.*

Linguistic and Cognitive Features of Phraseological Nomination

The article deals with the development of the nominative function of the language in general, and the peculiarities of phraseological nomination in particular. The authors consider that the study of nominative acts in the cognitive aspect will allow presenting the phraseological system of any language in a new perspective.

Key words: *nomination, phraseological units, nominative function.*

Стасевич Юлия Юрьевна,
ст. препод. каф.
романо-германской филологии
ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ»
yuliya.stasevich139@gmail.com

Особенности дериватологии современного немецкого языка (на материале интернет-сленга немецкоязычной молодежи)

В данной статье рассматриваются проблемы словообразования в современном немецком языке. Автор анализирует немецкоязычные блоги, форумы, чаты социальных сетей с целью определения специфики интернет-коммуникации немецкоязычной молодежи и приходит к выводу о наиболее распространенных способах словообразования, к которым прибегают молодые немцы в виртуальном общении. Отдельное внимание уделяется также особенностям орфографии и пунктуации.

Ключевые слова: словообразование, сленг, интернет-коммуникация, эмоджикон, инфлектив, аббревиатура, усечение.

Явление сленга на протяжении многих лет является предметом изучения в современной лингвистике. Так, профессор Ю.В. Горшунов определяет сленг как один из способов самовыражения группы людей, а также способ скрыть смысл произносимого от окружающих, т.е. это зашифрованный, тайный язык [3, с. 56–57].

Сленг воспринимается как нечто чуждое литературному языку, не свойственное речи интеллигентного человека. Тем не менее, сегодня можно наблюдать распространение сленговой лексики во всех сферах человеческой деятельности: единицы сленга употребляются на радио и телевидении, в прессе, литературе, в сети интернет, не говоря уже об устном общении людей практически всех возрастов, социальных групп и классов.

Под категорию сленга попадает также и молодежный язык (*Jugendsprache*) [3, с. 63].

Сленг, являясь сложным лингвистическим явлением, представляет собой одну из противоречивых проблем современной лексикологии. Так как сленгизмам свойственна быстрая изменчивость, объяснимая сменой поколений, сленговые единицы постоянно появляются и исчезают, и в силу данного обстоятельства их исследование не перестает быть актуальным.

Данная работа посвящена исследованию сленга в интернет-коммуникации немецкой молодежи. Актуальность данного исследования обусловлена необходимостью подробного изучения механизмов и закономерностей возникновения новой лексики с целью определения её места в современном немецкоязычном лексиконе и в связи с необходимостью анализа состояния современного немецкого языка.

Теоретической базой для данного исследования послужили фундаментальные положения таких ведущих лингвистов, как Г.В. Быкова, И.Р. Гальперин, В.Д. Девкин, О. Риттер, М.Ю. Россихина, В. Скит, Г. Эманн и др.

Лексика немецкого языка интернет-общения характеризуется разнообразием тем, смещением слов, которые относятся к различным лексическим слоям, сочетанием научных терминов и разговорных слов, возвышенной и грубой лексики, что, безусловно, придает специфику компьютерной коммуникации. Для получения наиболее полного представления о речевом поведении молодежи в сети, мы обратились к немецкоязычным блогам, видеоблогам, чатам и форумам, посвященным разнообразным темам: студенческие форумы, форумы для девушек о красоте и моде, видеоблоги о кино и знаменитостях, о немецком языке.

При изучении интернет-переписок немецкоязычных пользователей приходим к выводу о том, что современная молодежь Германии предпочитает использовать необычные и весьма интересные формы приветствия и прощания, некоторые из которых пришли из разговорной речи, например: *Hey!*, *Ey!*, *Hi!*, *Alter!*, *Hallo!*, *Bye!*, *Hallöchen!* *Moin!*, *Tschüs!*, *Ciao!* *Tschüssi!* и др. Проанализировав большое количество различных сообщений и комментариев на молодежных сайтах и форумах, убеждаемся в том, что не менее популярными являются такие приветствия и обращения, как: *HallomeinSchatz!*, *HalloMaus!*, *HeySüße!*, *HiBaby!*, *Mann!*, *Junge!*, *Yo!*, *Ey!*, *Bro!* [7;8]. Молодые люди пытаются быть изобретательными и оригинальными в своем словотворчестве. В стремлении разнообразить свою речь они стараются использовать необычные формы приветствия, тем самым подчеркивая свою принадлежность к определенной молодежной группе и отграничивая себя от «сухого» стандартного языка [4, с. 240].

Анализируя специфику неформального языка общения немецкоговорящих пользователей сети, следует обратить внимание на то, что неотъемлемым отличительным знаком электронной переписки современных молодых людей, все больше подчиняющейся правилу «как слышу, как говорю, так и пишу», являются разного рода аббревиатуры и усеченные модели нормативной или сленговой лексики. Такая тенденция основана на стремлении подростков к экономии языковых средств и в некоторой степени к созданию эмоционально-экспрессивных единиц, известных порой лишь узкой группе лиц или только партнерам по переписке [2, с. 33].

Подростки очень часто заменяют полные развернутые предложения, которые содержат в себе какие-либо эмоции, одним или несколькими эмотиконами. С одной стороны, это значительно экономит время при наборе текста, а с другой – подрастающее поколение уже не может правильно составлять предложение и выражать свои мысли в полной мере, ведь все их переживания, эмоции и мысли можно заменить эмотиконом.

С этой же целью используются инфлективы (глагольные основы) и сокращения: **freu** (*sichfreuen* – радоваться), **heul** (*heulen* – рыдать), **gähn** (*gähnen* – зевать от скуки), **l** (*lachen*) – смеяться [7].

Следующим средством передачи эмоций при письменном общении в интернете является многократное повторение букв, например, «*Shit, jetztkapiere! Naklarhabichdichnochgaaaaaaaanzdolllieb!*» [7].

Для имитации повышения голоса используются заглавные буквы с многократным повторением восклицательного знака, например, «LASS MICH IN RUHE!!!!!!» [7].

Наибольшей популярностью у молодежной сетевой аудитории, о чем свидетельствует частота их употребления в самых различных ситуациях, пользуются так называемые инициальные аббревиатуры – это сокращения, которые образованы из первых букв и/или звуков слов, входящих в исходное словосочетание и произносимых при чтении в сокращенной, а не в полной форме. Приведем несколько примеров:

HDG (Hab Dich gern – люблю тебя): HDG, Oliver, bist echt ein toller Typ, so sensibel und Du schreibst so süß...;

ABF (allerbeste Freundin – лучшая подруга): Ich hab mit meiner ABF mal einen echt lustigen Nachmittag gehabt;

glg (Ganz liebe Grüße – самый теплый привет от меня): Naja, hatte Ihr dann sonntags ne SMS geschrieben und Sie antwortete montags: „...schön von dir zu hören!...glg“ [8].

Инициальные аббревиатуры можно разделить на четыре группы.

1. Аббревиатуры с использованием прописных букв (акронимы): *BSE – Binsoeinsam – Мне так одиноко; DAD – Denkandich – Думаю о тебе; DN! – Dunervst! – Ты меня раздражаешь! HAHU – HabeHunger – Я голоден; LG – LiebeGrüsse; MFG – MitfreundlichenGrüssen – всего хорошего [7].*

2. Аббревиатуры с использованием прописных и строчных букв: *DaM – Denkanmich – Вспоминай обо мне; DuBiMeiLe – DubistmeinLeben – Ты – моя жизнь; GuK – GrussundKuss – Целую и обнимаю; MaMiMa – Mailmirmal – Напиши мне (e-мэйл); sTn – schönenTagnoch! – Хорошего дня!; WaMaDuHeu? – Wasmachstduheute? – Что делаешь сегодня? [8].*

3. Аббревиатуры с использованием строчных букв: *akla – Allesklar? Все понятно (ясно)?; bb – bisbald – До скорого!; braduhi? – BrauchstduHilfe? – Тебе нужна помощь?; hdl – habdichlieb – Люблю тебя [7].*

4. Аббревиатуры с использованием букв и цифр: *gn8 – GuteNacht – Спокойной ночи!; Q6 – Komme um sechs Uhr – Приду в 6 часов; ko20mispa – komme 20 Minuten später – Приду на 20 минут позже [7].*

Вторыми по частотности употребления в процессе опосредованной компьютерами коммуникации являются лексические единицы, которые образованы с помощью усечений (происходит сокращение слов до одного или нескольких слогов). Самыми популярными среди подобного рода усечений считаются апокопы – лексемы, возникающие в результате отпадения одного или нескольких звуков в конце слова. Так, 1) *majo (Majonäse): ...aberschönmitmajodrauf! [8]* – побольше майонеза сверху; 2) *tom (Moment): ...aberderGedankebeschäftigtmichimMom* – именно эта мысль беспокоит меня в данный момент; 3) *prof (Professor): Habne 1,0 bekommen! Mein Prof meinte, das Präsentieren wurde mir in die Wiege gelegt!))) [7]* – Получил «пяť»! Мой профессор говорит, что умение делать презентации я впитал с молоком матери.

Помимо апокопов, в интернете также популярно использование слоговых аббревиатур, которые по написанию очень схожи с апокопами.

Слоговые аббревиатуры – слова, возникшие вследствие усечения с одновременным стяжением начального и конечного компонентов сложного слова или каждого компонента словосочетания до размеров одного слова: *Schiri* – (*Schiedsrichter* – рефери), *Mofa* – (*Motorfahrzeug* – мопед), *Gewi* – (*Gesellschaftswissenschaften* – общественные науки) [6].

Контрактуры – слова, возникшие вследствие усечения любой части слова или группы слов. В численном соотношении контрактуры представляют наиболее представительную группу сокращений. Среди контрактур различаются инициальные слова (*Kopfwörter*), поскольку от исходного слова вследствие усечения остается только его начальная часть: *Midi(kleid)* – платье-миди, *Maxi(rock)* – юбка-макси, *Assi(stent)* – ассистент, *Disko(theke)* – дискотека, *Demo(nstration)* – демонстрация, *Krimi(nalfilm)* – детектив, *Treff(punkt)* – место встречи; финальные контрактуры («Schwanzwörter»), где в результате усечения остается финальная часть слова: *(Amer)kanisch* – американский, *(Atom)bombe* – атомная бомба, *im(Durch)schnitt* – в среднем [6].

Инициальные и финальные контрактуры имеют ряд преимуществ перед полными аналогами. Они значительно короче, в структурном отношении намного удобнее, стилистически менее официальные. В связи с этим мы в большом количестве встречаем их в молодежной лексике: *Uni(versität)*, *Bundes(wehr)*, *Assi(stent)*, *Demo(nstration)*, *Disko(theke)* [7].

Анализируя сокращения, которые встречаются на молодежных форумах и сайтах, и состав современных словарей немецкого молодежного сленга, можно заметить, что некоторые из этих сокращений уже зарегистрированы в словарях, а некоторые еще нет. Это свидетельствует о том, что даже ежегодные выпуски словарей, лексиконы молодежного языка издательств «Langenscheidt» и «PONS» не успевают фиксировать аббревиатуры, которые снова и снова создаются творческой молодежью в ходе виртуального общения, несмотря на тот факт, что лексика в этих словарях обновляется постоянно.

Например, в 2017 году появились такие аббревиатуры, как: *FF (falscheFreunde)* – неискренние друзья, *KB (keinBock)* – нет желания, *KD (keinDing)* – не проблема, *MGKG (megagalaktischkrassgeil)* – мега-супер-классно, *HDF (HaltdieFresse!)* – закрой рот; *Rumia (Rufmichan)* [8] – позвони мне.

С целью экономии времени при наборе сообщений в процессе общения молодые люди прибегают к использованию не только всевозможных сокращений, но и своего рода энклитических словоформ (конструкций, которые образуются путем примыкания слога или слова к предыдущему слову с потерей ударения и образованием единого фонетического целого). Чаще всего подобные формы образуются в результате соединения глагола-сказуемого с местоимением-подлежащим второго лица единственного числа *du*. Например: *haste (hastdu)* – у тебя есть? *willste (willstdu)* [8] – хочешь.

Следует отметить, что употребление энклитических конструкций пришло в интернет-сленг из разговорного языка.

В ходе анализа электронной переписки современных немецких подростков, мы установили, что как юноши, так и девушки, общаясь в сети, в большинстве случаев не обращают внимания на артикли, правила пунктуации и

на написание слов с большой или маленькой буквы, поскольку это совершенно не вредит процессу общения:

Ich bin für dich so erotisch wie 'nsackkartoffeln;
omg kühereden mit mir;
warum klebt ein grünes Gummibärchen an meiner Unterhose?!;
ich will nur wissen was ihr so zu der Sache meint oder denkt...;
meiner Meinung nach ist dies Sache nicht wert и др.

Очень часто молодежь пренебрегает даже элементарной постановкой пробелов между словами, затрачивая при этом минимум усилий на набор сообщения и ускоряя тем самым процесс коммуникации.

Что же касается синтаксического уровня, здесь часто используется синтаксический аграмматизм, т.е. упрощение состава предложений, пренебрежение пунктуационными знаками или их сочетание. Чаще всего данная особенность является способом привлечения внимания, своего рода игрой, а не неумением правильно писать. Но вряд ли это явление можно считать позитивным или даже нейтральным, так как оно популяризирует пренебрежение как знаками препинания, так и правилами правописания.

Одной из особенностей языка интернет-коммуникации является метафоричность. Именно метафора дает возможность описать сферу новейших технологий в интуитивно понятных носителям языка номинативных единицах.

С одной стороны, интернет-пользователи часто обращаются к персонализации: *der Computer entdeckt, erkennt den Fehler, antwortet auf die Fragen; der Computer spinnt* – компьютер узнает ошибку, отвечает на вопросы, шутит. С другой стороны, человеческие действия обозначаются с помощью компьютерных терминов: *einen Gedanken abspeichern* – сохранить мысль, *etwas aus dem Gedächtnis löschen* – стереть что-либо из памяти, *Information auf dem inneren Computerspeichern* – сохранить информацию на «внутреннем компьютере», *Daten ins Gedächtnis downloaden* [5, с. 17–19] – загрузить данные в память.

Проанализировав материал немецкоязычных чатов, блогов, видеоблогов, форумов, мы пришли к выводу, что основными особенностями речи молодежи являются краткость, пренебрежение нормами орфографии и пунктуации, что используется не только для экономии языковых средств, но и для выражения повышенной эмоциональности.

Рассматривая словообразование как источник пополнения словарного запаса, были выявлены следующие модели: десубстантивация, суффиксация, префиксация, словосложение, усечение слова или изменение его значения, метафорический перенос значения, расширение значения слова.

Регистр молодежной лексики постоянно расширяется также за счет заимствований, прежде всего, из английского языка, что может быть материалом для дальнейшего исследования молодежной речи в процессе интернет-коммуникации.

Список литературы

1. **Безбогова М.С.** Социальные сети как фактор формирования социальных установок современной молодежи / М.С. Безбогова. – М. : Виктория, 2016. – 212 с.

2. **Береговская Э.М.** Молодежный сленг: формирование и функционирование [Текст] / Э.М. Береговская // Вопросы языкознания. – 2014. – № 3. – С. 32–41.
3. **Девкин В.Д.** Немецкая лексикография : учеб.пособие для вузов / В.Д. Девкин. – М. : Высш. шк., 2005. – 670 с.
4. **Романова М.С.** Компьютерные средства передачи паралингвистических компонентов устного диалога в чате (на материале немецкого языка) [Текст] / М.С. Романова // Вестн. Челяб. гос. пед. ун-та. – 2011. – №6. – С. 238–247.
5. **Россихина М.Ю.** Специфика интернет-сленга немецкоязычной молодежи [Текст] / М.Ю. Россихина, А.А. Быков // Вестн. Сев. (Аркт.) фед. ун-та. – Серия: Гуманитарные и социальные науки. – 2016. – №4. – С. 14–21
6. **Angelika's German Tuition & Translation** [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://angelikasgerman.co.uk/blog/>, свободный. (Дата обращения: 20.01.2022 г.).
7. **DW_deutschlernen** [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.instagram.com/dw_deutschlernen/?utm_medium=copy, свободный. (Дата обращения : 24.01.2022 г.).
8. **Dein sprachcoach** [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://dein-sprachcoach.de/blog/>, свободный. (Дата обращения : 19.01.2022 г.).

Stasevich Yu.Yu.

Features of the Derivatology of the Modern German Language (Based on the Material of Internet Slang of German-speaking Youth)

This article deals with the problems of word formation in modern German. The author analyzes german blogs, forums, chat rooms from social networks in order to determine the specifics of Internet communication of German-speaking youth, and comes to the conclusion about the most common ways of word formation that young Germans use in the virtual communication. Special attention is also paid to the peculiarities of spelling and punctuation.

Key words: word formation, slang, Internet communication, emoticon, inflection, abbreviation, truncation.

Санченко Евгения Николаевна,
канд. филол. наук,
доцент каф. теории и практики перевода,
и.о. заведующего научным отделом
ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ»
ghostofangel25@mail.ru

Специфика передачи культурного контекста англоязычного художественного произведения на русский язык

В статье рассмотрена тесная взаимосвязь понятий «язык» и «культура», выявлена особенность культурного контекста в процессе перевода. Автор анализирует специфику передачи культурного контекста (грамматических интерференций) на материале англоязычного художественного произведения Го Сяолу «A concise Chinese English dictionary for lovers» («Краткий китайско-английский словарь любовников») и его перевода на русский язык.

Ключевые слова: язык, культура, культурный контекст, художественное произведение, английский язык, русский язык, грамматическая интерференция, перевод.

Сопоставительное исследование перевода и оригинала художественных текстов – одна из насущных проблем переводоведения. В настоящее время переводчикам необходимо в первую очередь сосредоточиться на достижении взаимопонимания в области культур, а не только лишь на передаче смысла. Переводы, которые осуществляются без учета культурных особенностей переводимого текста, зачастую оказываются некачественными, так как они не отражают истинного замысла автора оригинала. Основная трудность заключается не в языковых реалиях, а в культурных.

Как неотъемлемая часть человеческой трансформации, культура контекстуально представляет человеческие ценности, идеи и поведение, те или иные традиции и обычаи. Перевод определяется как перекодировка, код передачи сообщений с исходного языка на язык перевода. Используя определенные переменные для обозначения понятий, перевод рассматривается как акт перевода текста, написанного на одном языке, которые необходимо передать на другой.

Отсутствие передачи культурного контекста в переводе приводит к присущей языку неопределенности, а также к неизбежной нестабильности процесса передачи сигналов, приводящего к проблемам, которые должны быть преодолены в переводе. Культура и культурная компетенция переводчика важны для создания культурных и литературных традиций, которые воссоздаются в переводе, так что культура и перевод никогда не могут быть разделены [4, с. 154–156].

Язык и культура связаны с контекстом. Общение всегда происходит в контексте, который «составлен» естественными факторами и культурой. Естественный контекст включает в себя такие факторы, как уровень шума, усло-

вия видимости, температуру, временную и пространственную разницу между коммуникантами и т.п. Культурный контекст пронизывает психологический и социальный фон. С психологической стороны такие факторы, как ценности, убеждения, отношения, способности, развили безразличных людей в результате взаимодействия между их биологически заданными характеристиками и процессом их социализации, который может включать в себя контакт с одной или несколькими культурами. Культурное влияние здесь становится очевидным как в более долгосрочных ценностях, отношениях и убеждениях (иногда называемых чертами характера или личности), так и в более современных краткосрочных ценностях, отношениях и убеждениях (примером здесь может быть мимолетный гнев в разговоре) [2, с. 181–193].

Если говорить о культурном контексте в процессе перевода, то важно учитывать тот факт, что язык и культура тесно переплетены. Порой неопытные переводчики сохраняют наименования культурных понятий, используя такой способ перевода, как транслитерация или транскрипция, что зачастую вызывает сложности понимания у читателя и потерю интереса к произведению. Для переводчиков такого плана не важен культурный контекст, им важнее передать само сообщение языка. Культурные различия могут оказаться более сложной задачей для переводчика, нежели различия в структуре языка [3, с. 11–29].

Проблемы культурного перевода являются следствием различий между языками, набором лексем и значений, а также между культурами как способами самовыражения, стиля жизни. В большинстве случаев это происходит, когда переводчики сталкиваются со словом, выражающим определенную концепцию исходного языка, полностью отличающуюся или неизвестную для языка перевода, будь то конкретное или абстрактное понятие [1, с. 112–123].

Актуальность исследования заключается в том, что наименее разработанной проблемой в теории и практике перевода до сих пор остается проблема передачи культурного контекста в художественных текстах. Данную проблему усложняет наличие в текстах художественных произведений фонетических, грамматических интерференций, культурных реалий.

Целью исследования является выявление специфики передачи культурного контекста (грамматических интерференций) на материале англоязычного художественного произведения Го Сяолу «A concise Chinese English dictionary for lovers» («Краткий китайско-английский словарь любовников») и его перевода на русский язык, опубликованный в 2008 году издательством Ольги Морозовой.

Результаты анализа материала исследования показывают, что в англоязычном художественном произведении Го Сяолу «A concise Chinese English dictionary for lovers» («Краткий китайско-английский словарь любовников») существует тесная взаимосвязь между языком и культурой, необходимость постижения культуры изучаемого языка, а также казусы и проблемы, которые могут произойти вследствие неумения распознать культурный контекст.

Англоязычное художественное произведение Го Сяолу «A concise Chinese English dictionary for lovers» («Краткий китайско-русский словарь любовников») – это дневник-путеводитель-словарь, в котором описывается конкретный год жизни главной героини – 2002, когда ей 23 года, и она приехала в Лондон, чтобы

выучить английский язык. Молодую китайку из крестьянской семьи отправляют на Запад изучать английский язык в качестве своего рода будущих инвестиций в ее семейный бизнес на родине.

В этом произведении рассматривается формирование промежуточного языка, «иммигрантского языка», который является смелым экспериментом в межкультурной коммуникации и неуловимым, но творческим инструментом саморазвития. Язык в данном произведении является «главным героем».

Во время своего пребывания в Британии «непроизносимая» Чжуан Сяо Цяо (Zhuang Xiao Qiao), которая вскоре становится «Z», как последняя буква английского алфавита, проходит процесс изучения языка, который неотделим от раскрытия ее любви к пожилому мужчине. Разочарованный скульптор медленно переходит от преподавания языка к сухости, одиночеству и тишине, в то время как Z приобретает больше опыта, больше уверенности, больше слов. Эта история о языке, о переводе и о непреодолимом разрыве между Китаем и Англией, между взрослением китайки и взрослением англичанина, а также о том, что можно, а что нельзя понять в любовных разговорах и с помощью языка тела, несмотря на сильно различающийся культурный опыт.

Наше исследование культурного контекста показывает активное функционирование в англоязычном художественном произведении Го Сяолу «A concise Chinese English dictionary for lovers» («Краткий китайско-английский словарь любовников») значительного количества грамматических интерференций, фонетических интерференций и культурных реалий. Сравнительный анализ англоязычного оригинала и перевода на русский язык подтверждает, что переводчик искусно передает выявленные искажения при переводе. Переводческая стратегия русскоязычного автора была направлена на передачу идеи писателя о том, что девушка обладает низким уровнем знания английского языка и не знакома с культурой страны, в которую прибыла. Читатель понимает, что огромная на первый взгляд пропасть между Китаем и Англией преодолевается, героиня постепенно знакомится с культурой, ее знания английского улучшаются, и все эти события влияют на ее собственный образ мыслей и чувств. Речь главной героини видоизменяется от неверных неказистых выражений новичка до узнаваемых, эмоциональных выражений, наполненных подходящими идиомами.

В рассматриваемом нами англоязычном художественном произведении Го Сяолу «A concise Chinese English dictionary for lovers» («Краткий китайско-английский словарь любовников») грамматические характеристики речи являются одним из главных художественных средств, которые помогают установить и показать образ главной героини-китайки. Девушка, речь которой передается грамматическими отклонениями от норм английского языка, обладает низким уровнем разговорной речи и грамматики языка, небольшим словарным запасом. Предложения главной героини насыщены большим количеством грамматических ошибок ввиду того, что девушка находится на начальном этапе изучения английского языка, а её родной язык – китайский.

Результаты анализа языкового материала позволили выделить следующие типы грамматических ошибок и их количественные показатели в речи главной героини:

– отсутствие глагола *to be* в предложении – 27 % (*Beijing time 12 clock midnight* [6, с. 5] / Пекинское время 12 часов полночь [5, с. 4]);

– использование причастий вместо одной из видовременных форм – 20 % (*Sitting on 25,000 km above to earth and trying remember all English I learning in school* [6, с. 6] / Сижу 25 000 км над земля и пытаюсь вспомнить весь английский ученый в школа [5, с. 5]);

– эллипсис вспомогательного глагола – 17 % (*I never been to West* [6, с. 11] / Я никогда не бывала в Запад [5, с. 10]);

– нарушение порядка слов в предложении – 12 % (*Why I must to get diploma from West?* [6, с. 13] / Почему я получить диплом у Запада? [5, с. 11]);

– несогласование подлежащего со сказуемым – 11 % (*It look like a dream* [6, с. 13] / Оно как сон [5, с. 11]);

– немотивированное использование предлогов или их отсутствие – 4 % (*He stamp visa on brand new passport* [6, с. 13] / Он поставил визу на мой новый паспорт [5, с. 11]);

– немотивированное использование глагола *to be* – 9 % (*I find you are a physical man, a labourer, using your hands to survive* [6, с. 14] / Я обнаруживаю, что ты физический человек, рабочий, ты используешь свои руки для заработать на жизнь [5, с. 13]).

Проведённый нами анализ перевода на русский язык показал, что в ряде случаев авторам русскоязычного текста удалось передать не только прагматический потенциал исходной лексической единицы, содержащей в своём составе грамматические отклонения от нормы английского языка, но также и другие значения языкового знака подлинника. С целью сохранить грамматические отклонения при переводе издательство О.В. Морозовой намеренно использует ошибки в склонении и спряжении глаголов, родах и падежах. Русскоязычный перевод передает речевую характеристику оригинала и показывает, что говорящий владеет языком на низком уровне, путается в словах, забывает про падежи и склонения. Переводчики достигли тем самым максимально возможного в данном контексте уровня эквивалентности, используя следующие приемы перевода: намеренное допущение орфографических ошибок – 38 %; нарушение порядка слов в предложении – 28 %; намеренное допущение пунктуационных ошибок – 2 %; несогласование падежных окончаний – 14 %; допущение лексических ошибок – 8 %; использование словосочетания в качестве предложения – 10 %.

Таким образом, культурный контекст при переводе играет важную роль, поскольку язык и культура тесно взаимосвязаны между собой. Анализ англоязычного материала показал, что в тексте чаще всего использовались такие грамматические интерференции, как отсутствие глагола *to be* в предложении, использование причастий вместо одной из видовременных форм и эллипсис вспомогательного глагола, а при передаче грамматических ошибок на русский язык переводчики чаще используют намеренное допущение орфографических ошибок, нарушение порядка слов в предложении и несогласование падежных окончаний. Перспективы дальнейших исследований мы видим в изучении специфики передачи культурного контекста англоязычного художественного произведения на русский язык в других произведениях изучаемого автора.

Список литературы

1. **Алимов Ю.В.** Специальный перевод: практический курс перевода / Ю.В. Алимов. – М. : Гостехиздат, 2016. – 437 с.
2. **Бельчиков Ю.А.** Проблема соотношения языка и культуры / Ю.А. Бельчиков // Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 1998. – С. 181–193.
3. **Брандес М.П.** Предпереводческий анализ текста / М.П. Брандес, В.Ж. Проворотов. – Курск : Издательство РОСИ, 1999. – 177 с.
4. **Верещагин Е.М.** Язык и культура: лингвострановедение в преподавании русского языка как иностранного / Е.М. Верещагин, В.Г. Костомаров. – М. : Русский язык, 1983. – 269 с.
5. **Сяолу Го** Краткий китайско-английский словарь любовников / Го Сяолу. – М. : Издательский дом – Издательство Ольги Морозовой, 2008. – 227 с.
6. **Xiaolu Guo** A concise Chinese English dictionary for lovers / Guo Xiaolu. – London : Chatto & Windus, 2007. – 408 p.

Sanchenko E.N.

The Specifics of the Translation of the Cultural Context of an English-language Fiction into Russian

The article examines the close relationship between the concepts of «language» and «culture», reveals the peculiarity of the cultural context in the translation process. The author analyzes the specifics of the translation of cultural context (grammatical interference) based «A concise Chinese English dictionary for lovers» by Guo Xiaolu and its translation into Russian.

Key words: *language, culture, cultural context, fiction, English language, Russian language, grammatical interference, translation.*

Туленинова Лариса Владимировна,
канд. филол. наук, доцент
кафедры восточной и английской филологии
ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ»
lartul@rambler.ru

«Элитарная языковая личность» как объект изучения в лингвокультурологии

В статье рассматривается понятие «концептосфера» и способы ее изучения в лингвокультурологии. Особое внимание уделяется проблеме моделирования индивидуально-авторской концептосферы как совокупности лингвокультурных концептов, структура и содержание которых обусловлены их местом в культурной матрице этноса. Рассматриваются также отдельные подходы к исследованию авторской концептосферы писателей, принадлежащих к различным лингвокультурам.

Ключевые слова: *концепт, концептосфера, элитарная языковая личность, культурная матрица, авторская метафора.*

Изучение индивидуальной концептосферы, являющейся источником не только «усредненных ценностей», разделяемых «большинством носителей того или иного языка», но и ценностей, оформленных «образами, которыми мыслит не среднестатистическая языковая личность, а элитарная личность – известные ученые, писатели, некоторые общественные и государственные деятели, обогатившие своими концептами как минимум групповые концептосферы, а в ряде случаев и общенациональные» [4, с. 111], является актуальным в свете междисциплинарного подхода, популярного в современной филологической науке.

Итак, в центре нашего внимания в данной статье будут находиться методы изучения элитарной языковой личности, существующие на сегодняшний день в лингвокультурологии, а также проблема моделирования как концептосферы в общем, так и индивидуально-авторской концептосферы.

Ю.С. Степанов отмечает неслучайность наименований в культуре и формулирует определение «концептуализированной области (сферы)», как культурной области, «где объединяются в одном общем представлении (культурном концепте) – слова, вещи, мифологемы и ритуалы», замечая, однако, что «в каждом конкретном случае не обязательно должен наличествовать весь перечисленный набор этих сущностей» [8, с. 68]. Данное замечание подводит к мысли об индивидуальных особенностях концептосферы отдельно взятой языковой личности (в нашем случае – элитарной), которая зачастую является объектом исследования в лингвокультурологии.

И.А. Стернин и З.Д. Попова определяют концептосферу как «упорядоченную совокупность концептов народа», «информационную базу мышления» [6, с. 26]. Именно эти ученые вводят понятие «опосредованной картины мира» – «результата фиксации концептосферы вторичными знаковыми систе-

мами, которые материализуют, овнешняют существующую в сознании непосредственную когнитивную картину мира» [6, с. 37]. К таковым они относят языковую и художественную картины мира.

Таким образом проявляется сущностная природа поведения элитарной языковой личности как орудия воздействия на сознание, на формирование ценностных установок и культурных предпочтений, составляющих культурную матрицу этноса.

В рамках этой статьи мы намерены рассмотреть один из типов «элитарной языковой личности» – автора художественного произведения. Этот тип непосредственно связан с понятием «художественной концептосферы», определяемой большинством ученых как концептосфера определенного автора, художественного направления, художественного произведения.

Здесь возникает вопрос, каким образом данный подвид концептосферы связан с остальными подвидами: национальной концептосферой, концептосферой языка, концептосферой группы, концептосферой личности человека. Является ли он полноправной частью культурной матрицы определенной нации, образованной различными социальными группами, которая посредством усилий того или иного представителя «элитарной» социальной группы находит отражение в языке художественного произведения? Насколько полно и эффективно способна «элитарная языковая личность» представить всю структуру культурной матрицы народа, либо какую-то ее часть?

Изучение индивидуально-авторской концептосферы посредством анализа продуктов речевой деятельности «элитарных личностей» помогает ответить на эти вопросы. Литературные произведения, как образцы культуры народа той или иной эпохи, интересны как с точки зрения жанровых и стилистических особенностей, так и как маркер национального сознания, определенным образом опосредованного отдельной языковой личностью, обладающей особым складом ума, способной интерпретировать окружающий мир, пропуская его через себя и повествуя о нем читателю в своей уникальной манере. Обратимся к рассмотрению различных подходов к исследованию отмеченных проблем.

Исследуя динамические процессы в концептосфере лингвокультуры, М.А. Рябцева подмечает факт моделирования концептосфер по принципам моделирования отдельных лингвокультурных концептов [7, с. 17]. В качестве имен лингвокультурных концептов обычно рассматриваются «ключевые» слова (языковые единицы), которые отличаются своей частотностью и занимают центральное место в языковом фонде национально-культурной общности. А. Вежбицкая считает, что «важно, предприняв тщательное исследование какой-то части множества таких слов в каком-либо языке <...>, быть в состоянии сказать о данной культуре что-то существенное» и отмечает, что «некоторые слова могут анализироваться как центральные точки, вокруг которых организованы целые области культуры» [1, с. 36].

Данная идея, по нашему мнению, в основном, соответствует понятию культурной матрицы (КМ), о которой пишет белорусский культуролог И.М. Шумская: «Как правило, под ним (понятием КМ) подразумевают своего рода полярность, осевую структуру, задающую направление индивидуально-

му и групповому поведению людей в рамках того или иного культурного пространства на различных уровнях его интерпретации (локальном, региональном, национальном, глобальном)» [9]. Исследователь предлагает оригинальную модель представления структуры культурной матрицы в виде снежинки, состоящей из шести основных: табуирование, ритуалистика, ортодоксия (доминирующие ценностные и духовные ориентации народа), паттернастика (идейные и языковые шаблоны-установки), ономастика, семиотика (система базисных знаков, используемых в социальной коммуникации) и двенадцати дополнительных компонентов, связываемых в единое целое посредством категории «тропос» [9].

Как видим, все компоненты «снежинки» в той или иной мере имеют свои соответствия в определении концептосферы Ю.С. Степанова (см. выше) и могут влиять на формирование индивидуально-авторской концептосферы «элитарной языковой личности». И, в зависимости от степени участия в данном процессе отдельных компонентов матрицы, происходит уникальное соединение в единое целое, результат которого мы наблюдаем в вербализованном продукте – литературном произведении.

Средой языкового существования концепта, как известно, является дискурс. Концепты, вербализуемые в художественном дискурсе, делятся на общехудожественные, индивидуально-авторские и собственно авторские концепты (или неологизмы) [5, с. 7]. Они остаются в поле внимания филологов уже длительное время, но интерес к ним не ослабевает, так как, во-первых, концептосфера художественного дискурса постоянно пополняется новыми произведениями литературы, во-вторых, с появлением новых подходов и методов исследования появляется возможность получить интересные результаты, рассмотрев давно известные труды писателей с других ракурсов. Так, анализируя творчество Роберта Бёрнса, О.С. Выстропова акцентирует внимание на описании фигурального компонента индивидуально-авторских концептов шотландского поэта, описывая гиперболу и сравнение как способы языковой реализации концепта «любовь» на материале наиболее известных стихотворений Р. Бёрнса и обнаруживает в результате анализа «четко оформленную систему ценностных приоритетов главных персонажей» [2, с. 95–96].

Е.Ю. Пономарева, исследовав лингвокультурные и идиостилистические сходства и различия в способах репрезентации концептуальной оппозиции «жизнь-смерть» в поэзии Д. Томаса и В. Брюсова, обнаруживает высокую степень сходства, что она объясняет «общностью и универсальностью поэтического мышления, которое сохраняет архетипную структуру» [5, с. 6]. Различия же автор исследования связывает с разницей в отношении поэтов к жизни и смерти и отмечает доминирование у Д. Томаса философского начала, выражающего «пантеистическое мироощущение поэта», у В. Брюсова же преобладает начало «эмоционально-противоречивое, выявляющее антиномичность и неоднозначность жизни и смерти» [5, с. 6]. С помощью когнитивного моделирования Е.Ю. Пономаревой удалось систематизировать представления английского и русского поэтов о жизни и смерти, которые относятся к числу базовых концептов большинства культур мира, в то же время, как выяснила исследователь, в рамках образно-поэтического мышления они трансформиру-

ются, отражая как лингвокультурные особенности, так и уникальность идиостиля этих поэтов [5, с. 6–7].

М.А. Рябцева, исследуя жанр *country house novel* в английской литературе (на базе творчества Дж. Остин), а в русской – аналогичного «усадебного романа» И.С. Тургенева, проводит анализ этого жанра, представляющий собой сочетание приёмов литературоведческого и лингвокогнитивного подходов. Исследователь обнаруживает, что в жанровом архетипе, заданном творчеством этих писателей, концептосферы «country house» и «усадебная» реализуют набор потенциальных сюжетобразующих функций и организуют нарративную схему как цепь речевых ситуаций (контекстов речевого взаимодействия) нескольких типов» [7, с. 162–163].

Что касается собственных наблюдений автора данной статьи, то наиболее интересными составляющими, участвующими в формировании индивидуально-авторской концептосферы, нам представляются индивидуально-авторские метафорические модели, вычленив которые позволяет применение концептуального анализа как наиболее перспективного подхода к тропам и, прежде всего, к метафорам. Заинтересовали нас способы структурирования одного концепта в терминах другого (что, собственно, и понимается как метафоризация), т.е. кто или что является «поставщиком» метафор для вербализации концептов. Как оказалось, выбор таких метафор зависит от ряда факторов. Для одного писателя он связан с социальными и этическими нормами его времени, для другого – с личными ощущениями и эмоциями.

С точки зрения упомянутой в начале статьи задачи, нам хотелось бы прокомментировать те средства, которыми пользуется канадская англоязычная писательница Маргарет Атвуд в построении своих метафор. Чаще всего исходную сферу для метафоризации у М. Атвуд составляют растения и фрукты, например, героиня одного из произведений описывается как «a plant» – «растение». Однако наряду с такими достаточно традиционными способами метафорической концептуализации болезни М. Атвуд прибегает и к «инновативным» сравнениям, которым она отдает предпочтение. Так, в «The Robber Bride», автор пишет, что героиня видела, как болезнь распространяется по коже ее матери подобно волоскам на руках, вышедшим из-под контроля; подобно очень маленьким и медленным вспышкам молний [10, с. 294]. Такая метафорическая гротесковость, присущая М. Атвуд при описании болезни и смерти, не является, на наш взгляд, показателем образа мышления нации вообще, однако указывает на специфическое место, которое занимает концепт *болезнь* в персональной картине мира самой М. Атвуд. Другие медицинские метафоры в романах писателя также явно подчеркивают статус женщины как жертвы, что, на наш взгляд, объясняется феминистическими настроениями самой М. Атвуд.

Приведенные в статье данные позволяют, по нашему мнению, сделать ряд нижеследующих выводов.

Существует множество подходов к трактовке понятий «концепт» и «концептосфера», как и способов их изучения, в том числе и в лингвокультурологии – науке, где данные понятия являются центральными и рассматриваются, прежде всего, как объекты, в составе которых приоритетной является ценностная составляющая. Среди подвидов концептосистем неизменный интерес вызывает

художественная концептосфера, особенно в той ее части, которая связана с элитарной языковой личностью – творцом литературного произведения.

Возможно, использование упомянутой в нашей статье модели матрицы культуры могло бы частично решить проблему существующих в категориальном аппарате лингвокультурной концептологии лакун, отмеченную И.В. Кононовой, которая считает, что однозначно не охарактеризованы методы моделирования концептосферы, точно не определены закономерности исторического развития структуры лингвокультурных концептосфер и концептов, не объяснена взаимозависимость между развитием структуры концепта и диахроническими изменениями лексических микропарадигм, репрезентирующих концепты в языке [3].

Мы также считаем, что индивидуально-авторская концептосфера, как предмет исследования, несмотря на усилия многих ученых, направленные на поиск эффективных способов ее изучения, является малоизученной областью, и ее исследование должно проводиться в рамках изучения культуры этноса, ибо понимание ее структуры, сущности каждого элемента этой структуры – концепта, невозможно без учета особенностей той культурной матрицы, которая формирует миропонимание творца. Практически каждый компонент этой матрицы участвует как в выборе места того или иного концепта в авторской концептосфере, так и в топологии самих концептов, что может стать предметом наших дальнейших исследований, ведь творческое осмысление действительности и авторский талант приводят к созданию уникальных стилистических средств – гипербол, сравнений и «авторских» метафор, намного ярче и многограннее отображающих те состояния людей и отношения между ними, на которые автор хочет обратить внимание, вкладывая в них свое мировидение и миропонимание.

Список литературы

1. **Вежбицкая А.** Понимание культур через посредство ключевых слов / А. Вежбицкая; пер. с англ. А.Д. Шмелева.. – М. : Языки славянской культуры, 2001. – 288 с.
2. **Выстропова О.С.** Гипербола и сравнение как способы репрезентации индивидуально-авторского концепта «Любовь» в творчестве Р. Бёрнса / О.С. Выстропова // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. Серия «Филологические науки». – 2013. – №1 (76). – С. 92–95.
3. **Кононова И.В.** Когнитивная лингвистика : учеб. пособие / И.В. Кононова. – СПб. : Изд-во СПбГЭУ, 2015. – 130 с.
4. **Красавский Н.А.** Индивидуально-авторская концептосфера Германа Гессе : образные и ценностные характеристики / Н.А. Красавский // Немецкая концептосфера : национальные и индивидуально-авторские концепты : кол. моногр. / науч. ред. В.И. Карасик. – Волгоград : Парадигма, 2012. – С. 107–149.
5. **Пономарева Е.Ю.** Концептуальная оппозиция «Жизнь – Смерть» в поэтическом дискурсе: на материале поэзии Д. Томаса и В. Брюсова : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.20 / Пономарева Елена Юрьевна. – Тюмень, 2008. – 27 с.

6. **Попова З.Д.** Когнитивная лингвистика: учебное издание / З.Д. Попова, И.А. Стернин; Федеральное агентство по образованию, Воронежский гос. ун-т. – М. : АСТ ; Восток-Запад, 2007. – 226 с.
7. **Рябцева М.А.** Динамические процессы в концептосфере лингвокультуры (на материале концептосфер COUNTRY HOUSE и УСАДЬБА английской и русской языковых картин мира) : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19 / Рябцева Мария Александровна. – Сибирский федеральный университет, 2016. – 196 с.
8. **Степанов Ю.С.** Константы: словарь русской культуры / Ю.С. Степанов. – М. : Языки русской культуры, 1997. – 824 с.
9. **Шумская И.М.** Культурная матрица как способ выявления национальной ментальности [Электронный ресурс] / Трансфармацыі ментальнасці беларусаў у XXI ст.: матэрыялы навукова-практычнай канферэнцыі (Менск, 24 лістапада 2013 г.) / [пад рэд. А.Я. Тараса]. – Рыга : Інстытут беларускай гісторыі і культуры, 2013. – Режим доступа: <http://inbelhist.org/kulturnaaya-matrixa-kak-sposob-vyyavleniya-nacionalnoj-mentalnosti>, свободный. (Дата обращения: 28.01.2022 г.).
10. **Atwood M.** The Robber Bride / M. Atwood. – Toronto : McClelland, 1993. – 466 p.

Tuleninova L.V.

«Elitist Linguistic Personality» as an Object of Study in Linguoculturology

The article deals with the notion of «conceptosphere» and the ways of its study in linguocultural research. Particular attention is paid to the problem of modeling individual-author conceptosphere as a set of linguocultural concepts, the structure and content of which are conditioned by their place in the cultural matrix of ethnicity. Individual approaches to the study of the author's conceptosphere of writers belonging to different linguocultures are also considered.

Key words: *concept, conceptosphere, elitist linguistic personality, cultural matrix, author's metaphor.*

ЛИТЕРАТУРОВЕДЕНИЕ И ЛИТЕРАТУРНАЯ КРИТИКА

УДК 821.161.1-31.09:929 Достоевский

Бондаренко Кристина Александровна,
ст. препод. каф.
английской и восточной филологии
ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ»
bondarenko.kristina.1993@mail.ru

Художественная реальность в повести Ф.М. Достоевского «Кроткая»

В статье рассматривается понятие «художественная реальность» и ее воплощение в повести Ф.М. Достоевского «Кроткая». Анализируется звукоизображение и внутренняя составляющая персонажей в рамках художественного пространства

Ключевые слова: художественная реальность, звукоизображение, внутренняя форма, главный герой.

Любое литературное произведение – это отдельный мир масштабom в 3-Д, с героями, которые воспринимаются как реальные субъекты в своем художественном мире, и обладающий неоспоримым онтологическим статусом.

Цель данной статьи – проанализировать понятие «художественное пространство» на материале повести Ф.М. Достоевского «Кроткая».

Акцентируя внимание на понятиях «художественный мир» «художественная реальность» или «поэтическая реальность», хочется отметить, что на разных этапах исследования специфики литературно-художественного произведения (ЛХП), именно понятие «художественная реальность» выдвигают на первый план ученые в интересах своих трудов. Д.С. Лихачев одним из первых актуализировал данный вопрос в конце 60-х годов прошлого столетия в своей работе «Внутренний мир художественного произведения». Согласно утверждениям исследователя, «внутренний мир произведения словесного искусства (литературного или фольклорного) обладает известной художественной цельностью», Д.С. Лихачев относится к вымышленному художественному миру как к настоящему, а к его персонажам как к реально существующим людям [4, с. 75]. И тогда, согласно мнению В.В. Фёдорова, которое отражено в книге «О проблеме поэтического бытия», отношение к сюжетному персонажу как реальному субъекту не позволяет уже такого героя обозначить обычным «картонным» термином «персонаж» [6, с. 103].

В противовес выступает советский литературовед, М.Ю. Лотман – для него любой персонаж нереален, то есть в настоящем его не существует, а, соответственно, и его вселенная лишь выдумка [5, с. 207]. Несмотря на разногласия в данном вопросе, все же многие филологи склонны принимать сторону Д.С. Лихачева и В.В. Федорова, ведь когда мы видим тот или иной предмет,

мы видим, в первую очередь, внешние характеристики, а значит, он существует в реальности.

Возьмем, к примеру, слово «солнце» или «утром», ясно, что имеется в виду ранняя утренняя пора или само солнце, но они не предстают перед нами в наглядном виде. Исследователь Р. Христиансен утверждает, что время и пространство являются показателями внешнего произведения, и они-то как раз и образуют объемную, телесную величину [1, с. 86]. Однако, согласно Гегелю, поэтическое выражение дает нам нечто большее, так как оно прибавляет к пониманию еще созерцание усвоенного объекта или, скорее, устраняет чисто абстрактное понимание, ставя на его место реальную определенность.

С учетом особенностей проблемы субъектно-предметной связи в рамках «художественного пространства» или «поэтической реальности» стоит выделить внешнюю и внутреннюю формы художественного произведения. Как утверждает А.А. Потебня: «В слове мы различаем: внешнюю форму, то есть членораздельный звук, содержание, объективируемое посредством звука, и внутреннюю форму, или ближайшее этимологическое значение слова, тот способ, каким выражается содержание» [5, с. 204].

Наконец, мы полагаем, что автор как субъект внетелесного бытия не может быть предметом научного анализа: он является предметом филологического исследования. Образцы фактически филологического исследования мы находим в работах М.М. Бахтина. В них представлены указания на особенности филологического анализа. Правда, М.М. Бахтин говорит о «непрямости» слова литературоведа, но литературоведение тяготеет к научному анализу, так что характеристика М.М. Бахтина относится фактически к филологическому слову [8, с. 693]. Здесь возможно возражение: Д.С. Лихачев относится к творимому миру как реальному, законы этого мира для него являются вполне реальными. Для литературоведа утверждения исследователя являются ложными, для филолога – истинными. Д.С. Лихачев, как автор фрагмента об авторе-творце законов мира, пребывает в этом мире, и его высказывание звучит в этом мире, т.е. является филологом, а не литературоведом, перед которым находится художественное произведение – книга, в которой оно напечатано [4, с. 79].

В рассказе Ф.М. Достоевского у главных героев нет имен собственных, а есть только внешний слой – «Ростовщик» – название профессии, и «Кроткая» характеристика персонажа, его качество, и, согласно ранее указанным теориям, эти два героя не являются субъектами и не могут существовать в рамках «художественного пространства» повести «Кроткая». Однако, учитывая точку зрения А.А. Потебни и Гегеля, звукоизображение есть лишь внешний слой, а значение уже формирует внутреннее содержание, другими словами, не имея конкретной формы, казалось бы, лишь внешний слой, как раз в данном случае звукоизображение, и несет в себе внутреннюю информацию (кто такие главные герои, как это отображается на их характере и образе жизни, как формируется их мировоззрение и т.д.)

Художественная реальность – система художественных образов, несущая художественную концепцию мира и личности, подчиненная этой концепции и пластически воплощающая ее [6, с. 168]. Так, художественный мир в произведе-

дениях *экзистенциализма* раскрывает принципиальное одиночество человека и абсурдность его жизни; в произведениях *экспрессионизма* – враждебность мира личности, *сюрреализма* – непостижимость и загадочность бытия. В произведениях *поп-арта* художественный мир – со-реальность, некий параллельный действительности космос. В *реализме* художественный мир несет в себе идеи ответственности личности за судьбу человечества, утверждает значение культуры в переходе человека «от горизонта «я» к горизонту всех» (П. Элюар). В произведениях *социалистического реализма* художественный мир – это трудная современная реальность, которую человек насильственно преобразовывает во имя абстрактного будущего, обещающего быть светлым [6, с. 167].

Конкретная чувственность пластических образов создает художественный мир, обладающий свойствами непосредственности, самостоятельности, незаданности, случайности, то есть, на первый взгляд, качествами самой действительности, статусом факта жизни. Однако эта незаданность и реальность – иллюзия, ибо эта художественная реальность создается во имя выражения определенной художественной концепции мира и личности. Тем не менее, воссоздание непосредственности жизни влечет за собой известную власть материала над художником и неполное соответствие замысла и результата.

Художественная концепция произведения запечатлевается в нескольких уровнях, каждый из которых передает определенный тип взаимодействия человека с различными внутренними и внешними средами (реализацию которых можно увидеть в произведении «Кроткая»):

– «Я – Я» (внутренний диалог или внутренняя форма коммуникации, другими словами, разговор «сам с собой»). Главный герой повести – Ростовщик в начале произведения ведет диалог с собой на о том, «какие ошибки он совершил, что Кроткая покинула это мир, так и не став счастливой с ним в браке», или рассуждая о его вседозволенности или власти над бедной, хрупкой сиротой – Кроткой, которая, по его мнению, должна быть счастлива, выйдя замуж за него, а не за лавочника: «я ведь знал, что толстый лавочник, во всяком случае, гаже меня».

– «Я – Ты» (рассматривается внутренний конфликт между двумя, внутренние взаимодействия двух личностей). Ростовщик и Кроткая ведут полемику на тему борьбы добра и зла, цитируя Мефистофеля из «Фауста» Ф. Гёте, на тему образования и т.д., однако, основной вид диалога у героев – молчание: «То есть ссор не было, опять-таки, но было молчание...» [2, с. 2]. Благодаря такой форме происходит коммуникация между Ростовщиком и его женой, решая внутренний конфликт, который принимает невиданные масштабы и достигает своей кульминации, но в итоге не находит выхода, так как сам автор называет главного героя «человеком из подвала», который не умеет взаимодействовать с другими персонажами-субъектами в рамках своей реальности. Похожую ситуацию, кстати, можно наблюдать и у японского автора Осаму Дадзая в романе «Исповедь неполноценного человека», где герой – человек-футляр или человек, не выходящий из зоны комфорта, асоциальный тип личности, не умеющей вести диалог и, в принципе, общаться с людьми.

– «Я – Мы» (взаимодействие с окружающей средой, пространством, а именно – другими героями, будь то живые существа, люди или же цветы,

природные составляющие и так далее) Главный герой ко всем относится холодно или, как сам себя он описывает, «строго», порой язвительно и даже надменно, однако он делает исключение для Кроткой, хотя и в своей жесткой манере, которая и вовсе отталкивает скромную девушку: «...и сказал с некоторым раздражением: «Я ведь только для Вас, а такую вещь Мозер у Вас не примет» [2, с. 4] и для Лукерьи, которая сватает ему Кроткую, в силу своей заинтересованности, Ростовщик пытается быть добрее и более вежливым, но у него это плохо выходит.

– «Я – все Мы» – отношения человека с человечеством и историей. Этот пласт-носитель философии истории, социально-философских проблем. Кроткая презирает своего мужа за род его деятельности, она осуждает его скупость, в целом род деятельности главного героя не вызывает симпатию у окружающих, на что указывают и другие произведения Ф.М. Достоевского. Кроме этого, четко прослеживается и гражданская позиция Ростовщика, когда кузина Кроткой, решив посмеяться над ним, припоминает, что его выгнали из полка во времена службы за трусость, так как он не хотел принимать участие в дуэли, на что главный герой парирует, дескать, отказаться и пойти против системы – показатель настоящей смелости: «восстать действием против такой тирании и принять все последствия – значило выказать гораздо более мужества, чем в какой хотите дуэли» [2, с. 6].

Любое художественное произведение является целым миром, с вполне настоящими персонажами, и любое действие или событие, происходящее внутри этой вселенной, реально. Художественная реальность же – экзистенциальная совокупность звукоизображения (внешний слой) и внутренней формы (внутренний слой), что позволяет сосуществовать в ней разнообразным героям, не имея полных характеристик, как и происходит в художественной реальности повести «Кроткая». Перспективы дальнейшего исследования мы видим в изучении данного вопроса не только в рамках русской литературы, но и с компаративной точки зрения, исследуя японскую классику, анализ которой поможет изучить проблему «художественной реальности» более углубленно.

Список литературы

1. Гегель Г.В.Ф. Эстетика. В 4-х тт. : Т. 1 / Г.В.Ф. Гегель. – М. : Искусство, 1968. – 312 с.
2. Иттен И. Искусство формы / И. Иттен; пер с нем. Л. Монаховой. – М. : Издатель Д. Аронов, 2001. – 136 с.
3. Лихачев Д.С. Внутренний мир художественного произведения / Д.С. Лихачев // Вопросы литературы. – 1968. – № 8. – С. 74–87.
4. Лотман Ю.М. О содержании и структуре понятия «художественная литература» / Ю.М. Лотман // Избранные статьи. В 3-х тт. : Т. 1. / Ю.М. Лотман. – Таллинн : Александра, 1992. – С. 203–215.
5. Федоров Ф.П. Романтический художественный мир: пространство и время / Ф.П. Федоров. – Рига : Зинатне, 1988. – 234 с.
6. Федоров В.В. О природе поэтической реальности / В.В. Федоров. – М. : Сов. писатель, 1984. – 184 с.

7. Юсупова Ф.М. Литературный анализ художественного произведения как один из способов развития мыслительной способности студентов / Ф.М. Юсупова // Молодой ученый. – 2015. – № 15. – С. 692–694.

Bondarenko K.A.

Artist Reality in Dostoevsky's Novel «Wallflower»

The article deals with the concept of «artistic reality» and its embodiment in F.M. Dostoyevsky's short story «Wallflower». The sound image and the internal component of the characters within the artistic space are analyzed.

Key words: *artistic reality, sound image, internal form, main character.*

Удодова Анастасия Викторовна,
препод. каф.
романо-германской филологии
ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ»
udodovanastya@yandex.ru

Метафоричность речи как отражение идиостиля писателя (на примере романа Г. Мюллер «Качели дыхания»)

Статья посвящена изучению особенности метафорических средств выразительности в произведении Г. Мюллер «Качели дыхания». Обращение к анализу метафоры позволяет автору исследовать конкретные черты индивидуального стиля писателя. Также уделяется внимание проблеме детерминации понятия «идиостиль».

Ключевые слова: идиостиль, писатель, роман, метафоричность речи, индивидуально-авторская метафора.

На сегодняшний день в лингвистике все больше проявляется интерес к изучению языка в тесной связи с человеком, с его мышлением. Развивается и набирает популярности так называемая антропоцентрическая лингвистика, учение о языковой личности. Антропоцентризм современной науки основан не столько на изучении общих закономерностей языка, сколько на изучении индивидуального своеобразия речи, проявления языковой личности. В стилистике художественной речи это выражается в виде особого внимания к проблеме идиостиля.

Идиостиль, отражающий личностное мировоззрение автора, раскрывающий его образ мира, – объект внимания и изучения многих исследователей. Индивидуальность художника слова влияет на выбор материала, постановку и решение задач, выбор жанров, идей, тем, задач и способов воздействия на читателя – все это проявляется в разнообразии художественных приемов изображения действительности, способах и средствах создания образов, в выделении и организации языковых единиц.

Актуальность исследования связана с оригинальностью языкового материала, который, на данный момент, не был подробно исследован. В частности, особое внимание уделяется анализу метафоры в произведении Герты Мюллер «Качели дыхания» как ранее неизученному аспекту.

Цель научного исследования заключается в рассмотрении и анализе средств выразительности на примере метафор, которые раскрывают идиостиль писателя, а именно Г. Мюллер на примере романа «Качели дыхания».

Термин «идиостиль» появился в лингвистике не так давно, поэтому на сегодняшний день вызывает множество споров в его трактовке. Особую трудность интерпретации идиостиля представляет его сложная структура и многоаспектный характер. Соответственно, существует множество различных подходов к его анализу. Следует отметить, что в современной лингвистике

под этим термином принято понимать то же, что и индивидуальный стиль автора.

Некоторые учёные, к примеру, В.В. Виноградов, определяет идиостиль как систему «индивидуально-эстетического использования свойственных данному периоду развития художественной литературы средств словесного выражения» [1, с. 85]. С данной позицией соглашается и В.П. Григорьев. По его мнению, идиостиль отображает индивидуальную манеру письма и индивидуальную художественную систему писателя. «Идиостиль отражает характер, направленность и меру эстетического освоения мира художником» [2, с. 54].

Исследованиями в области идиостиля занимался также С.Т. Золян. Армянский учёный подразумевает под идиостилем систему содержательных характеристик, которые присущи произведениям определенного автора [4, с. 8]. Современный лингвист Л.Н. Живаева рассматривает идиостиль как компонент «абсолютно специфических единиц» [3, с. 9].

Обобщая различные взгляды на понятие «идиостиль», его можно определить как систему индивидуальных особенностей автора как личности и художника слова в языковом выражении.

Особая роль в представлении индивидуально-авторского стиля отводится метафоре. Она выступает универсальным механизмом, объединяющим познавательные процессы, культурное наследие коллектива и языковую компетенцию для того, чтобы отображать в языковой форме чувственно не воспринимаемые объекты и визуализировать невидимый образ мира – создать его языковой образ, воспринимаемый через словесно-образные ассоциации составляющих его слов и выражений [5, с. 67].

Изучая языковую деятельность писателя, мы проводим анализ его метафорического образа мира, под которым понимаем системную репрезентацию языковой личностью своей картины мира через узуальные и индивидуально-авторские метафоры. Более детально остановимся на индивидуально-авторских метафорах, которые являются неотъемлемой частью идиостиля. Под такой метафорой понимается одна из разновидностей стилистических тропов, представляющая собой своеобразное образное использование слов и словосочетаний автором, не свойственное другим. Использование отдельных метафорических слов помогает воплощать в художественном произведении личное авторское мировоззрение, а также передать замысел автора при создании художественного текста.

Прежде чем перейти к рассмотрению метафоричности речи на примере романа «Качели дыхания», познакомимся с личностью автора. Г. Мюллер, являясь одной из современных немецких авторов, мастерски владеющих словом и чувствующими родной язык на интуитивном уровне, вызывает неподдельный интерес к изучению ее творчества. Писательницу относят к новаторам современной немецкоязычной литературы, поскольку Г. Мюллер рассматривает известные исторические события от лица обычного человека, применяя разнообразие литературные эффекты, которые делают ее работы еще более привлекательными не только для читателя, но и для литературных исследователей.

Итак, перейдем к анализу романа «Качели дыхания». В основу сюжета положена история румынского немецкоязычного поэта Оскара Пастиора. Пи-

сательница считает его также соавтором произведения, поскольку записи, которые вел Оскар в своем дневнике, были взяты за основу книги.

В романе автор использовала большое количество выразительных средств, в том числе и метафор, которые позволяют читателю прочувствовать мгновения из жизни людей, находящихся в концлагере в период Второй мировой войны. Стоит отметить, что уже сам заголовок романа является метафоричным. Название «Atemschaukel» образовано словосочетанием двух существительных «Atem» и «Schaukel» и переводится на русский как «качели дыхания». Этот образ метафорически изображает маятник часов жизни молодого героя. Страдания, страхи лагерной жизни, охватившие главного героя Лео, чередуются с надеждой на выживание, иллюзорность и реальность в его сознании сплетаются. Рассмотрим это на примере: «Und der Hungerengel hängt sich ganz in meinen Mund hinein, an mein Gaumensegel. Es ist seine Waage... Der Hungerengel stellt meine Wangen auf sein Kinn. *Er lässt meinen Atem schaukeln. Die Atemschaukel ist das Delirium und was für eins*» [6, с. 67].

В данном примере мы видим, что метафора использована для описания внутреннего состояния главного героя. Автор с ее помощью показывает нам, как сильно главный герой переживает голод.

К одной из особенностей изложения писательницы можно отнести так называемые «метафорические коды». Они как будто сшивают роман, образуя единое пространство, а именно мир лагерного ссыльного. Так, ярким примером такого кода можно считать образ «белого зайца». В данном случае он отображает знак судьбы главного героя. В начале заяц сравнивается со вспышкой огня в главе «Ersatzbruder»: «*die Flamme springt wie ein weißer Hase durch einen gelben Hasen. Dann springt der gelbe durch den weißen, die Hasen zerreißen einander und pfeifen zweistimmig Hasoweh*» [6, с. 167].

В следующей главе «заяц» выступает как символ приближающейся голодной смерти на впалых щеках: «*Die Heidrun Gast hatte schon das Totenäffchengesicht, das Schlitzmaul von einem Ohr zum andern, den weißen Hasen in den Dellen der Wangen und gequollene Augen*».

Далее приведём пример индивидуально-авторской метафоры, с помощью которой читатель должен понять, что человек не может противодействовать природе. Персонифицированный образ природы в романе акцентирует внимание читателя на его равнодушии к судьбе человека. Так, снег здесь является не природным явлением, а хозяином и властелином человека, он как будто выносит приговор судьбы: «*Der Schnee denunzierte, sie musste freiwillig aus dem Versteck, freiwillig gezwungen vom Schnee. Das werde ich dem Schnee nie verzeihen, sagte sie. Frischgefallenen Schnee kann man nicht nachmachen, man kann Schnee nicht so arrangieren, dass er unberührt aussieht. ... Dass der dicke Schnee die Hauptschuld trägt. Dass er zwar in die Stadt gefallen ist, als wissen, wo er ist, als wäre er bei sich zu Hause. Dass er aber den Russen sofort zu Diensten war. Wegen dem Schneeverrat bin ich hier, sagte die Trudi Pelikan*» [6, с. 13].

Далее рассмотрим, как простую известь автор выдает в образе выжидающего хищника, который выжидает, улыбаясь, поглощает: «*Erst schluckte der Mörtel ihre Arme, dann schob sich die graue Decke bis zu den Kniekehlen hoch*».

Ewig lang, ein paar Sekunden, *wartete der mit Mörtel* gekräuselten Rüschen. Dann *schwappte er* mit einem Mal bis zur Hüfte» [6, с. 52].

Смерть человека – это не трагедия для природы, а лишь ее обычная составляющая: «Am nächsten Morgen *schien die Sonne kalt und blank. Es war frischer Mörtel in der Grube, es war wie immer. Niemand hat den Vortag erwähnt*» [6, с. 52].

Так как в романе речь идет о событиях лагерной жизни, писательница использовала большое количество метафор, которые показывают потребность человека в еде. Невыносимый голод является сквозной метафорой романа, его центральным мотивом, возле которого концентрируются все остальные, как, например, тоска по родному дому: «Dann ist mein *Heimweh der Hunger nach dem Ort, wo ich früher satt war*» [6, с. 191]. Стоит отметить, что автор посвящает этому образу две главы с одинаковым названием «Vom Hungerengel» [6, с. 66–71, 112–13].

Неживым вещам в романе отводится особая роль – роль «уничтожителя». Именно вещи создают личность лагерного ссыльного. Без них он ничто, а они, наоборот, легко продолжают свое существование. Приведем пример индивидуально-авторской метафоры, которая позволяет читателю познать эффект угнетения человеческой сущности: «Im Lager gab es vielerlei Tücher. *Das Leben ging von einem Tuch zum anderen*» [6, с. 58].

Для создания эффекта подавления человеческой сущности автор персонафицирует предметы (лопата, платок), вещества (песок, уголь, антрацит) и даже состояния (голод, сон, тоска) и наделяет человека свойствами предметов, чем-то несущественным, неодушевленным. Так, метафоричность языка реализует подмену ролей и функций, которые выполняют живые и неодушевленные образы. Человек служит предметам, является их рабом, создающим условия для комфорта вещей или состояний: «...*der Hunger steigt in uns hinein. Wir sind das Gestell für den Hunger. Wir füttern den Hunger die ganze Nacht*» [6, с. 38].

Следует отметить, что Г. Мюллер с помощью метафор создала тонкую чувственность произведения: писательница изображает не просто голод, а таинственного ангела голода (*Hungerengel*), не совковую лопату, а невероятную «сердце-лопату» (*Herzschaufel*), а обычная ложка супа названа «жестяным поцелуем» (*Blechkuss*).

Проанализировав роман Г. Мюллер, можно с точностью заявить, что её произведение является особенным. Писательница привносит свежий взгляд не только в исторические факты, но и в лексико-стилистические языковые аспекты, делая немецкий язык более благозвучным и своеобразным.

Г. Мюллер использовала неисчерпаемое количество метафорических средств, которые наполнили произведение глубокими переживаниями и весьма точно показали судьбу главного героя. Метафоричность речи, так ярко проявляющаяся в ее работе, умение придать с помощью метафор высокую эмоциональную насыщенность и по-новому осмысливать предмет является одной из характерных черт идиостиля автора. В дальнейшем мы планируем продолжить изучение творчества данного автора.

Список литературы

1. **Виноградов В.В.** О языке художественной литературы / В.В. Виноградов. – М. : Гослитиздат, 1959. – 326 с.
2. **Григорьев В.П.** Грамматика идиостиля / В.П. Григорьев; под ред. В. Хлебникова. – М. : Искусство, 1983. – 202 с.
3. **Живаева Л.Н.** Идиостилевые аспекты анафонии в художественной прозе (на материале прозы Н.В. Гоголя, А. Белого и М. Горького) : автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01 / Л.Н. Живаева. – Пенза, 2001. –17 с.
4. **Золян С.Т.** От описания идиолекта – к грамматике идиостиля / С.Т. Золян / Язык русской поэзии XX в. : сб. научных трудов. – М. : Изд-во МГПУ, 1989. – 91 с.
5. **Телия В.Н.** Метафоризация и ее роль в создании языковой картины мира / В.Н. Телия // Роль человеческого фактора в языке: Язык и картина мира. – М. : Наука, 1988. – С. 183–204.
6. **Müller H.** Atemschaukel / H. Müller. – München: Hanser Verlag, 2009. – 238 S.

Udodova A.V.

**Metaphorical Speech as a Reflection of the Writer's Individual Style
(Based on the Novel «The Hunger Angel» by G. Muller)**

The article is devoted to the study of the peculiarities of metaphorical means of expression in G. Muller's work «The Hunger Angel». The use of metaphor analysis allows the author to explore the specific features of the writer's individual style. Attention is also paid to the problem of determining the concept of «individual style».

Key words: individual style, writer, novel, metaphorical speech, individual author's metaphor.

ТЕОРИЯ И МЕТОДИКА ФИЛОЛОГИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ

4-УДК 81-13:378.013.77

Гончарова Светлана Владимировна,
ст. препод. каф.
теории и практики перевода
ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ»
sveta.sv71@mail.ru

Калюжная Виктория Юрьевна,
канд. пед. наук,
доцент кафедры теории и практики перевода
ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ»
vkalyuzhnaya@mail.ua

Обучение иностранному языку с применением методов психолингвистики

В статье освещается роль психологии в изучении иностранных языков. Рассматриваются психолингвистические методы обучения иностранному языку и психолингвистические особенности речевой деятельности. Показана их взаимосвязь и значение в процессе изучения иностранного языка.

Ключевые слова: психолингвистика, иностранный язык, методика обучения, речевая деятельность, языковая деятельность.

Иностранный язык содержит большие резервы для формирования филологического мышления и является важнейшим социальным явлением в окружающем мире, средством общения, внутренней и внешней деятельности, предметом изучения, обучения. Интерес к филологии издавна сопутствует подлинной образованности. При изучении иностранного языка создаются условия для развития интереса к истории изучаемого языка, его связи с другими языками и культурами.

Особенно актуально знание иностранного языка сегодня, поскольку большинство современных технологий, средств коммуникации и общения ориентированы на людей, в той или иной степени владеющих иностранным языком и способных к общению в межкультурном пространстве. Между тем, данная проблема для многих остается нерешенной. Целью нашей работы будет акцентуация ключевых особенностей усвоения иностранного языка для практической деятельности.

Специфике обучения иностранным языкам посвящено множество работ, среди авторов которых можно выделить таких выдающихся педагогов и психологов, как В.А. Артемов, Б.В. Беляев, И.М. Берман, И.Л. Бим, И.А. Зимняя, Г.А. Китайгородская, А.А. Леонтьев, Р.М. Фрумкина и др. Все они обращаются к психологии при обучении мышлению на иностранном языке, высвечивая

связь мышления и языка, специфику речевых процессов, психолингвистические особенности усвоения языка.

Известно, что обучение иностранному языку как коммуникативному средству предполагает, прежде всего, усвоение навыков восприятия и воспроизводства речи на неродном языке, что является весьма трудной задачей. Многолетний опыт показывает, что развить речевые умения гораздо труднее, чем просто получить знания о языке, его фонетической, грамматической, лексической структуре. Зачастую именно этим и грешит школьная и вузовская система обучения иностранному языку, при которой, несмотря на многие годы и достаточное количество часов, отводимых на уроки иностранного языка, учащиеся и студенты иностранным языком не владеют. Чтобы этого не происходило, необходимо помнить, что развитие речевых умений тесно связано с раскрытием внутренних закономерностей восприятия и воспроизводства речи, изучением которых занимается психолингвистика.

Вся речевая деятельность, включая механизмы осуществления процессов говорения, аудирования, чтения, письма, является психолингвистическими способами методики обучения иностранным языкам, т.е., все необходимые знания процессов возникновения и восприятия человеком речевых сообщений, формирование устной и письменной речи, взаимосвязь внутренней и внешней речи, которые помогают сформировать механизмы овладения иностранным языком, дает психолингвистика.

Термин «психолингвистика» был впервые употреблен в США в 1946 г., но вошел в научный обиход лишь в 1953 г., когда, получив определенное содержание, стал обозначать формирующуюся новую научную теорию. Он состоит из двух частей, одна из которых относится к психологии, другая – к лингвистике, тем самым постулируя идею связи речи и языка. По мнению А.А. Леонтьева, – ученого, внесшего вклад в развитие психолингвистики: «Психолингвистика возникла в связи с необходимостью дать теоретическое осмысление ряду практических задач, для решения которых необходим лингвистический подход, связанный с анализом текста» [5, с. 84].

Психолингвистика изучает психологические и лингвистические аспекты речевой деятельности человека, социальные и психологические формы использования языка в процессах речевой коммуникации и индивидуальной речемыслительной деятельности, т.е. предметом исследования психолингвистики является речевая деятельность как специфически человеческий вид деятельности, ее психологическое содержание, структура, виды (способы), в которых она осуществляется, формы, в которых она реализуется, выполняемые ею функции. Как отмечает основоположник отечественной школы психолингвистики А.А. Леонтьев, «предметом психолингвистики является речевая деятельность как целое и закономерности ее комплексного моделирования» [3, с. 16]. И.А. Зимняя также акцентирует внимание на человеческой речи как психофизиологическом процессе порождения и восприятия речевых высказываний [1, с. 43].

Для правильной организации обучения иностранному языку нужно рассматривать язык как выработанную систему знаков, которая является способом общения людей, а речь – как способ осуществления общения с помощью языка. Это относится как к процессу общения в устной и письменной форме,

так и к продукту этого процесса (озвученный или написанный текст). Следует помнить, что язык – это явление общественное, нормативное, постоянное и обязательное для всех людей, а речь – индивидуальна, не всегда нормативна, зависит от ситуации в процессе общения.

В ходе преподавания иностранного языка необходимо учитывать такие виды речи, как внешняя и внутренняя. Внешняя речь – это речь для других, представленная в звуковой или графической форме. Она продуцирует речевое оформление мыслей. Внутренняя речь является речью, обращенной к себе, с ее помощью мыслят. Она не характеризуется четким речевым оформлением, а существует в индивидуальном предметно-схематичном коде, где зафиксированы психические образы предметов, абстрактные схемы, слова или отдельные морфемы. Код внутренней речи не является кодом конкретного национального языка, он опосредует связь между мышлением, речью и языком. Так должно осуществляться оформление мысли и на иностранном языке. С помощью внутренней речи планируют будущее внешнее высказывание. Поскольку любое разумное действие является интериоризацией (лат. *interior* – внутренний) – формированием разумных действий и внутреннего плана осознания через усвоение индивидуальных внешних действий с предметами и социальными форм общения, то для формулирования механизма внутренней речи на иностранном языке необходимо учить студентов четкому и правильному произношению во внешней речи. Тогда во время чтения или аудирования они не будут переводить каждую фразу на родной язык, а понимать содержание непосредственно из иностранного текста.

Итак, мы выяснили, что язык и речь относятся к языковой деятельности, которая является самостоятельным, специфическим видом человеческой деятельности и в то же время – вспомогательным, поскольку одновременно может служить для разрешения задач другой деятельности человека (производственной, познавательной, учебной, игровой, социально-политической и т.п.). Российская исследовательница психологии изучения иностранных языков И.А. Зимняя определяет языковую деятельность как процесс активного, целеустремленного, опосредованного языком и обусловленного ситуацией общения по приему или предоставлению языкового сообщения при взаимодействии людей между собой [2, с. 24].

В психологической структуре языковой деятельности выделяют такие компоненты:

- а) мотивы – то, ради чего мысль формулируют (коммуникативно-познавательные потребности);
- б) цели – конкретный практический результат, который планируют;
- в) предмет – мысль, которую формируют и формулируют;
- г) продукт – высказывание, текст;
- д) результат – реакция других людей на полученный результат (вербальные ответы; невербальные действия; вызванные чувства).

При изучении иностранного языка языковая деятельность реализуется в таких видах деятельности, как аудирование (восприятие речи на слух), говорение, чтение и письмо. Они являются основными формами взаимодействия людей в процессе вербального общения, которое может осуществляться в

устной и письменной форме. К устной речи принадлежат аудирование и говорение, к письменной – чтение и письмо. Первичными видами речи являются устные, вторичными – письменные. Это объясняется тем, что в истории развития общества письмо произошло значительно позже устной речи, поэтому и в развитии каждого индивида сначала формируется умение устного общения, а позднее – умение читать и писать. При изучении иностранного языка следует придерживаться последовательности в предоставлении материала. Время между выполнением устных и письменных упражнений в изучении иностранного языка значительно короче, чем при усвоении родного языка. Устойчивость и гибкость навыков оперирования языковым материалом начинают формировать сначала в устных упражнениях, затем – во время чтения текстов и выполнения письменных упражнений. Завершают этот процесс снова упражнением в устной речи, обогатив его материалом прочитанных текстов. Самый эффективный метод запоминания информации – это создание логических цепочек, образов, ассоциаций и систематизация материала, а самый неэффективный – использование механической памяти [6, с. 124].

Таким образом, следует отметить, что психолингвистические методы обучения иностранному языку дают возможность не только создать на занятиях устойчивые мотивационные условия для изучения иностранного языка, но и развить речевые умения, которые являются залогом успешного овладения и дальнейшего использования иностранного языка как средства коммуникации в повседневной и профессиональной деятельности.

Отсюда следует, что знание психолингвистических особенностей осуществления речевой деятельности, способов ее формирования должно стать основой теоретической подготовки будущих педагогов иностранного языка и практической формой осуществления учебного процесса. Именно такая форма работы поможет преподавателям иностранного языка найти такие способы и приемы учебной работы, которые соответствовали бы природной организации изучающих язык и, тем самым, облегчили бы им процесс восприятия и воспроизводства речи, т.е. усвоения языка. Перспективы дальнейших исследований мы видим в основательном изучении методов психолингвистики при обучении иностранному языку.

Список литературы

1. **Зимняя И.А.** Лингвопсихология речевой деятельности / И.А.Зимняя. – М. : МПСИ; Воронеж : МОДЭК, 2001. – 432 с.
2. **Зимняя И.А.** Психологические аспекты обучения говорению на иностранном языке / И.А. Зимняя. – М. : Просвещение, 1985. – 160 с.
3. **Леонтьев А.А.** Язык, речь, речевая деятельность / А.А. Леонтьев. – М. : Просвещение, 1969. – 214 с.
4. **Леонтьев А.А.** Основы психолингвистики / А.А. Леонтьев. – М. : Просвещение, 1997. – 287 с.
5. **Леонтьев А.А.** Основы психолингвистики / А.А. Леонтьев. – М. : Смысл; СПб. : Лань, 2003. – 287 с.
6. **Миньяр-Белоручев Р.К.** Как стать переводчиком? / Р.К. Миньяр-Белоручев. – М. : Готика, 1999. – 176 с.

7. **Фрумкина Р.М.** Психоллингвистика : учеб. для студ. высш. учеб. заведений / Р.М. Фрумкина. – М. : Академия, 2001. – 320 с.

**Goncharova S.V.,
Kalyuzhnaya V.Y.**

Psycholinguistics Methods in the Process of Foreign Language Teaching

The article highlights the role of psychology in learning foreign languages. The analysis is focused on psycholinguistic methods of teaching foreign language and psycholinguistic features of speech activity. The research describes their interrelation and significance in the process of foreign language education.

Key words: *psycholinguistics, foreign language, teaching methods, speech activity, language activity.*

Охрименко Татьяна Олеговна,
ст. препод. каф.
английской и восточной филологии
ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ»,
учитель английского языка
ГУ ЛНР «ЛОУ СШ №5 имени В.И. Даля»
donskaya.t@bk.ru

Применение игр в практике обучения английскому языку на начальном этапе

В данной статье учитывается факт, что чем позже ребенок начинает изучать иностранный язык, тем труднее проходит процесс обучения. Раскрываются методы и способы преподавания грамматики иностранного языка на начальном этапе. Рассматриваются проблемы поддержания интереса ученика к обучению и иностранному языку в частности.

Ключевые слова: обучение грамматике иностранного языка, рецептивные навыки, репродуктивные навыки, коммуникация, игры на уроках.

В современных условиях иностранный язык рассматривается как средство общения и вовлечения в культуру другого народа. Это становится доминирующей стратегией преподавания иностранного языка в начальной школе. Особое внимание уделяется обучению иностранному языку школьников в начальных классах, потому что в детстве склонность к изучению языков намного больше. В последнее время в педагогике, как и во многих других областях науки, происходит перестройка практики и методов работы в школе, а главной является проблема поддержания интереса ученика к обучению вообще и иностранному языку в частности.

Исследованием игры и её психологических принципов занимались многие психологи и педагоги: Н.П. Аникеева, П.П. Блонский, Л.С. Выготский, А.А. Леонтьев, Ж. Пиаже, С.Л. Рубинштейн, М.Ф. Стронин, А.П. Усова, Д.Б. Эльконин и др.

Объектом данной работы является процесс обучения грамматике иностранного языка младших школьников, а предметом работы – методы и способы преподавания грамматики иностранного языка на начальном этапе обучения.

Актуальность данной работы заключается в том, что в методике преподавания иностранного языка до сих пор остро стоят вопросы, как помочь ребенку как можно скорее преодолеть языковой барьер и привить ему любовь к иностранному языку. В данной работе учитываются психологические особенности каждого отдельного ребенка, а также тот факт, что чем позже ребенок начинает изучать иностранный язык, тем труднее проходит процесс обучения.

Для достижения данной цели мы рассмотрим следующие вопросы: теоретические основы обучения грамматике в начальной школе, а именно цель

обучения иностранному языку, и характеристику возраста младших школьников; использование игровых приемов в обучении грамматике английского языка в начальной школе, а именно классификацию игровых приемов и методические указания по их использованию.

Обучать грамматике иностранного языка – значит формировать у учащихся грамматические навыки речи.

При овладении ребенком родным языком это возникает само собой, в ходе его языковой практики. Так, например, в каждом языке набор грамматических типов предложения и типов связи между предложениями не велик. Ребенок, начинающий разговаривать, все время слышит одни и те же грамматические структуры. Он часто, хотя и бессистемно, повторяет одинаковые типы фраз. В результате в его мозгу откладываются обобщенные схемы грамматических структур предложения, которые затем становятся эталонами для строительства любых фраз. У ребенка, таким образом, складывается система фразовых стереотипов – внутренних психических сопоставимых схем предложений. Если при овладении родным языком фразовые стереотипы формируются сами собой, в ходе естественного речевого общения, то при изучении иностранного языка, когда у детей нет соответствующей языковой среды и, как следствие, нет необходимости говорить на иностранном языке, грамматические навыки не могут сформироваться. Следовательно, нужно намеренно организовать повторность в речи учащихся одних и тех же грамматических структур, а именно тех, которые нужны на данный период обучения для обеспечения общения хоть на самом элементарном уровне, а затем – на более высоком [4, с. 19–20].

Итак, цель обучения грамматическому материалу иностранного языка – это овладение грамматическими навыками речи: репродуктивными, то есть грамматическими навыками говорения и письма, и рецептивными, то есть грамматическими навыками аудирования и чтения [3, с. 73].

Полноценная коммуникация не может возникать за пределами или при отсутствии грамматики, именно поэтому грамматический компонент является неотъемлемой частью иноязычной коммуникативной компетенции. Однако обзор зарубежных филологических и педагогических исследований подтверждает, что для многих ученых и учителей коммуникативный метод обучения иностранному языку означал отход от грамматики, или структуры, в пользу значения.

При изучении иностранного языка мы встречаемся с дилеммой. С одной стороны, ученикам нужны знания грамматических структур, или это то, что встречается в тестах и на вступительных экзаменах в высшие учебные заведения. С другой – в связи с расширением международных отношений у многих возникает необходимость или возможность общения на иностранном языке [8, с. 25].

В качестве возможного решения проблемы видится интегративное обучение, которое объединяет форму и значение. Интегративное обучение состоит из трех стадий обучения: (1) изучение (2) объяснение (3) использование. На первой стадии, стадии изучения, под руководством преподавателя ученики изучают ряд предложений с целью найти грамматические закономерности –

правила. На второй стадии, стадии объяснения, учитель объясняет правила, которые делают речь учащихся грамматически правильной. На третьей стадии, стадии использования, ученики используют новые структуры при общении, создавая значительные логические высказывания [8, с. 31].

От рождения ребенок наследует способность заговорить, овладеть языком. Эта способность проявляется уже на первом году жизни, а двухлетний ребенок начинает общаться с окружающими с помощью речи. Он мог бы заговорить сразу на двух – трех языках, если люди, которые заботятся о ребенке и воспитывают его, создали бы для него (искусственно или естественно) разные языковые среды. Так, если бы мать говорила с ребенком только на грузинском языке, отец – только на русском, бабушка и дедушка – только на английском, тогда ребенок без труда начал бы говорить с каждым из них на том языке, на котором они говорят с ним, не путая языка и даже не понимая сначала, что говорит на разных языках [1, с. 24].

По словам К.И. Чуковского, «вычурное чувство языка» свойственно детям 3–4 лет. Таким образом, к 5–6 годам дети будут подготовлены к более серьезной и продуктивной речевой деятельности.

Работу с детьми младшего возраста условно можно разделить на два этапа: первый этап – устный курс (примерно 2 года, для детей 3–4 лет) и второй этап – смешанный курс (для детей 5–6 лет).

Грамматика на первом этапе не объясняется. Грамматические конструкции вводятся в виде речевых образцов. Однако на втором этапе такие объяснения уже включаются в учебный процесс в игровой форме. Они исключительно просты и коротки [6, с. 62].

Младший школьный возраст считается оптимальным для изучения иностранного языка благодаря сенситивности, пластичности учащихся, их ярко выраженным способностям к точной имитации, потребности в общении и т.п. [2, с. 45]. Но поддерживать у детей желание работать изо дня в день, продвигаясь вперед маленькими шагами, – дело не из легких [5, с. 69].

В методике обучения иностранному языку существуют различные способы оптимизации учебной деятельности, в том числе с помощью игры. Так, для детей игра, прежде всего, – увлекательное занятие. В игре все равны и она под силу даже слабым ученикам. Ощущение равенства, атмосфера увлечения и радости, ощущение преодоления задач – все это дает возможность детям преодолевать застенчивость, мешая свободно использовать в речи слова чужого языка, и благотворно отражается на результатах обучения. Незаметно усваивается языковой материал, а вместе с этим возникает чувство удовлетворения – «оказывается, я уже могу говорить наравне со всеми» [7, с. 3].

Включение элементов игры в учебную деятельность для более эффективного усвоения знаний необходимо, поскольку учебная деятельность еще не стала для ребенка руководящей, а игровая деятельность еще занимает значительное место в его развитии [3, с. 4–5]. В соответствии со школьной программой обучения иностранному языку можно разделить игры на два вида. Первый вид составляют грамматические, лексические, фонетические и орфографические игры, способствующие формированию языковых навыков. Отсюда его название «Подготовительные игры». Второй вид называется «Творческие

игры». Цель этих игр – способствовать дальнейшему развитию речевых навыков и умений [7, с. 5–6]. Следует только помнить, что при всей привлекательности и эффективности игр необходимо чувствовать меру, иначе они утомят учащихся и потеряют свежесть эмоционального воздействия [3, с. 5–6].

Исходя из этого, мы выяснили, что особое внимание уделяется обучению иностранному языку школьников в начальных классах. Следовательно, использование игровых приемов – это один из самых интересных и эффективных методов в обучении, так как повышается результативность обучения, развивается познавательный интерес и творческие способности. В дальнейшем, так как игровая деятельность на уроках иностранного языка несёт положительные результаты, мы видим перспективы внедрения подобных приёмов в старшей школе.

Список литературы

1. **Амоношвили Ш.А.** Психологические особенности усвоения второго языка младшими школьниками / Ш.А. Амонашвили // Иностранный язык в школе. – 1986. – №2. – С. 24.
2. **Паршикова Е.А.** Принципы отбора и организации материала для обучения иностранному языку в начальной школе / Е.А. Паршикова // Иностранный язык. – 2004. – №1. – С. 56–58.
3. **Логунова С.В.** Деятельностный аспект осознанного раннего овладения грамматикой английского языка / С.В. Логунова // ИЯШ. – 1997. – №3. – С. 4–5.
4. **Панова Л.С.** Обучение иностранному языку в школе : пособие для учителей / Л.С. Панова. – Минск. : Олимп, 2009. – 144 с.
5. **Параскева О.Ю.** Уроки английского языка во II кл. (первый год обучения) / О.Ю. Параскева // ИЯШ. – 1992. – №3–4. – С. 69–76.
6. **Рязанова И.С.** Обучение английскому языку детей младшего возраста / И.С. Рязанова // ИЯШ. – 1992. – №1. – С. 62–65.
7. **Стронин М.Ф.** Обучающие игры на уроке английского языка (из опыта работы) : пособие для учителя / М.Ф. Стронин. – М. : Просвещение, 1984 – 112с.
8. **Сысоев П.В.** Интегративное обучение грамматике: исследование английского языка / П.В. Сысоев // ИЯШ. – 2003. – №6. – С. 25

Okhrimenko T.O.

The Use of Games in the Practice of Teaching English at the Early Academic Study

This article takes into account the fact that the later the child begins to learn a foreign language, the more difficult the learning process. The methods and techniques of teaching a foreign language's grammar at the primary school are revealed. We consider the problems of maintaining pupil interest in learning and a foreign language in particular.

Key words: *learning grammar of a foreign language, receptive skills, reproductive skills, communication, games in English lessons.*

МЕДИАКОММУНИКАЦИИ

УДК 004.774.6 БЛОГ

Колесник Татьяна Ивановна,
ст. препод. каф.
романо-германской филологии
ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ»
taiko.siren@gmail.com

Структурно-функциональные характеристики микроблога (на примере сети Инстаграм)

Статья посвящена изучению микроблога как средства мультимодальной коммуникации. В статье кратко описываются условия становления микроблога, раскрывается содержание понятия «микроблог», анализируются его основные функции. Выделяются текстовый, визуальный, гипертекстовый, интерактивный компоненты как основные структурные элементы текста микроблога.

Ключевые слова: микроблог, мультимодальная коммуникация, пользователь, визуальный компонент.

Характерной чертой общества XXI века стала всеобщая дигитализация – перевод информации в цифровую форму. При этом в странах мира существует разное видение этого процесса. Так, в США дигитализация рассматривается как средство продвижения информации: создания информационного общества и транснационализации информационных связей. В Европе дигитализация скорее призвана сохранить национально-культурные особенности с помощью средств массовой информации [2]. Помимо СМИ, значительное влияние дигитализация оказывает на средства массовой коммуникации и меняет представление человека об общении.

Современное общество вынуждено быть мобильным и подстраиваться под быстрый темп жизни, задаваемый стремительным техническим прогрессом. Этот факт объясняет растущую популярность смартфонов как средства коммуникации, ведь с их помощью человек может оставаться на связи и получать доступ к информации в любой точке планеты. Большинство веб-сайтов адаптированы для просмотра в мобильном режиме, так что владелец смартфона имеет возможность комфортно использовать те же функции, которые доступны пользователю персонального компьютера.

Еще в начале столетия количество интернет-пользователей в мире насчитывало около 400 млн. человек или 6,5% населения. Согласно данным исследования Digital 2021, количество пользователей выросло в десять раз: сегодня более 4,66 млрд. людей (60% населения) используют интернет, из них 4,2 млрд. общаются посредством социальных сетей. Кроме того, статистика утверждает, что основным устройством для пользования интернетом стал

смартфон (55,7%, годовой прирост +4,6%), в то время, как компьютер и ноутбук теряют свою популярность (41,4%, годовой прирост – 5,8%) [4].

Переход общества к посткомпьютерной эпохе обусловил популяризацию и эволюцию социальных сетей. В отличие от давно известных и распространенных сервисов WhatsApp, Facebook, Twitter, уверенно набирает популярность социальная сеть Instagram: количество пользователей стремительно увеличивается и составляет сегодня 1,22 миллиарда [4]. Instagram является сервисом микроблоггинга и позволяет публиковать посты размером до 2200 символов, где текст является сопровождающим элементом, а главным и обязательным – фото- или видеоматериал. Визуальные элементы позволяют легче воспринимать информацию и привлекают внимание. Именно благодаря им Instagram быстро превзошел Twitter по количеству пользователей (20% против 5,8%) [4].

В данной статье рассматриваются различные толкования понятия «микроблог», особенности его структуры и функций на примере сервиса Instagram. В процессе исследования были использованы дефиниционный метод и метод функционального анализа.

С момента своего первого появления в конце 90-х годов понятие «блог» прочно вошло в обиход, отчасти потому, что его простота позволяет участвовать практически в любом процессе словообразования. Из английского *weblog* (*WorldWideWeb* + *log* – ‘регулярная запись происшествий’) возникают новые понятия: сокращение *blog*, преобразование в переходный глагол *blog* (‘вести блог’), образование новых существительных *blogger* (‘человек, который ведет блог’), *blogging* (‘ведение блога’), прилагательных *bloggy* (‘типичный для блога’), *bloggable* (‘достаточно интересный, чтобы стать темой для блога’), словосложение *blogosphere* (‘блогосфера’ – все блоги в интернете, а также люди, которые их пишут и/или читают), а также образование таких популярных сочетаний, как *phlog* (*photo+blog*), *vlog* (*video+blog*) *moblog* (*mobile+blog*) и *microblog* [9].

В Кембриджском словаре английского языка находим следующую дефиницию микроблога: «a blog in the form of a short message for anyone to read, sent especially from a mobile phone» [3]. Микроблог, таким образом, определяется как разновидность блога в форме короткого сообщения, часто отправляемого с мобильного телефона.

Более широкую трактовку предлагает словарь Macmillan dictionary, где понятие *microblogging* попадает в колонку популярных слов года BuzzWord. По убеждению К. Максвелл, микроблог по своей сути тождественен блогу, но обладает рядом принципиальных отличий – ограниченностью объема сообщения, мобильностью и использованием фото-, аудио- и видеоэлементов. При этом кроме функции по созданию социальных сетей, микроблог выполняет и новостную функцию, информируя об актуальных событиях в мире и обществе [7].

Этой же точки зрения придерживается П. Макфедрис, утверждая, что блоги, в основном, используются для написания коротких эссе и мыслей, в то время, как микроблоггинг являет собой размещение обновлений, идей или просто быстрых уведомлений [8].

В словаре современного английского языка Longman обращается внимание на лично-ориентированную направленность микроблоггинга и его привязанность к социальным сетям: «...is the activity of sending short messages about what you are doing using a social networking service» [6].

Профессор экономической информатики О. Бендель определяет микроблог как службу коротких сообщений или постов, содержащих небольшое количество знаков и позволяющих получать информацию, публиковать и комментировать новости. Кроме базовых возможностей микроблога, ученый выделяет возможность вести беседы, обмениваться шутками и распространять рекламные посты посредством микроблога [5].

Таким образом, можем утверждать, что микроблог – это адаптированная для мобильных устройств разновидность блога, позволяющая осуществлять обмен информацией и мультимодальную коммуникацию. Е.И. Горошко, Е.А. Землякова и Т.Л. Полякова акцентируют внимание на функциональных характеристиках микроблога, определяя его как комбинированный жанр интернет-дискурса с «ярко выраженной новостной (функция информирования) и социальной составляющей (контактоустанавливающая, социализирующая и репрезентативная функции)». Также авторы выделяют развлекательную, самопрезентационную, маркетинговую, оценочную и политическую функции [1, с. 347].

Следует отметить, что функции микроблога могут быть выражены в большей или меньшей степени в зависимости от вида аккаунта и его категории. Инстаграм на сегодняшний день различает три вида аккаунтов: личный и профессиональные – бизнес-аккаунт и аккаунт автора. Кроме того, для упрощения навигации пользователей аккаунты разделяются на категории: спорт, искусство, товар/услуга, здоровье/красота, политик, публичная личность и многие другие. Важнейшими функциями, присущими всем видам микроблога, можно считать функцию информирования, благодаря которой пользователи получают актуальную информацию со всего мира; репрезентативную функцию, которая позволяет владельцу аккаунта продвигать и популяризировать свой образ, имидж, продукт, услугу или бренд, а также оценочную функцию, которая представляет собой выражение мнения пользователя в отношении другого. Контактоустанавливающая, социализирующая и развлекательная функции присущи персонализированным аккаунтам и способствуют налаживанию и поддержанию контактов между авторами и читателями, удовлетворению потребностей в общении и поднятии настроения. Политическая функция позволяет владельцам личных и новостных аккаунтов транслировать и интерпретировать политические идеи другим пользователям, осуществлять агитацию. Бизнес-аккаунтам характерна главным образом маркетинговая функция, направленная на рекламирование и продажу собственного продукта.

Функции микроблога во многом определяют его структуру, поэтому каждый микроблог отличается характерным интерфейсом. Запись в микроблоге Инстаграм содержит следующие структурные элементы:

1. Визуальный компонент: фотография, изображение или короткий видеоролик являются обязательной составной частью публикации; при этом одна запись может содержать до 10 изображений. Характерным признаком Инста-

грам-публикаций является их квадратный формат: соотношение сторон изображения автоматически устанавливается 1:1.

2. Текстовый компонент: текст, сопровождающий изображение, не является обязательным, однако ограничен 2200 символами, включая эмодзи и хэштеги. В среднем прочтение текста такой длины требует всего двух минут, что отвечает запросам современного интернет-сообщества: чем понятнее и короче информация, тем лучше. Однако для автора публикации такой лимит может быть слишком жестким, и в подобном случае сопровождающий текст может быть продолжен автором в комментариях к публикации или наложен на изображение.

3. Гипертекстовый компонент представляет хэштег (англ. *hashtag* от *hash* – ‘знак решётки’ (#) и *tag* – ‘метка’) – ключевое слово или словосочетание, с помощью которого пользователь может маркировать и находить тематическую информацию. Данный компонент также не является обязательным, может располагаться в начале или внутри текста, но чаще всего является заключительной частью публикации. Особенно часто хэштеги используют бренды для популяризации своего продукта и привлечения дополнительных клиентов.

4. Интерактивный компонент представлен комментариями к публикации. Это поле, обеспечивающее обратную связь типа *many-to-many*, то есть каждый коммуникант может открыто выразить свое мнение о публикации, задать вопрос автору, поделиться собственным опытом или ответить на комментарий другого пользователя.

Благодаря разнообразию своих возможностей, микроблог, как вид интернет-дискурса, отвечает главным требованиям информационного общества – мобильность, доступность и коммуникация. В виртуальной среде пользователи не ограничены в возможностях: общение, знакомства, работа, бизнес, самовыражение, творчество доступны каждому. Инстаграм адаптируется к тенденции современного мира к визуальному восприятию информации и предлагает усовершенствованный вид блога – микроблог, обеспечивающий мультимодальную коммуникацию, где текстовая информация обязательно сопровождается визуальными компонентами. Дальнейшие исследования могут быть направлены на изучение их взаимосвязи и особенностей лексико-грамматической организации текстов микроблога.

Список литературы

1. **Горошко Е.И.** Жанры 2.0: проблема типологии и категоризации на примере коммуникативного сервиса Твиттер [Текст] / Е.И. Горошко, Е.А. Землякова, Т.Л. Полякова // *Жанры речи*. – 2012. – № 8. – С. 344–356.
2. **Князев А.А.** Энциклопедический словарь СМИ. Журналистика и лингвистика, коммуникативистика и право, история журналистики и технологии et cetera : дефиниции, термины, концепции, справочные материалы / А.А. Князев. – Кыргызско-Российский славян.ун-т. – Бишкек : Изд-во КРСУ, 2002. – 164 с.
3. **Cambridge Dictionary** [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/microblog>, свободный. (Дата обращения 16.01.2022 г.).

4. **DIGITAL 2021:GLOBAL OVER VIEW REPORT** [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://datareportal.com/reports/digital-2021-global-overview-report>, свободный. (Дата обращения 16.01.2022 г.).
5. **GABLER WIRTSCHAFTS LEXIKON. Das Wissender Experten** [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/microblog-53992>, свободный. (Дата обращения: 16.01.2022 г.).
6. **Longman Dictionary of Contemporary English Online** [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.ldoceonline.com/dictionary/microblogging>, свободный. (Дата обращения: 16.01.2022 г.).
7. **Macmillan dictionary** [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.macmillandictionary.com/buzzword/entries/microblogging.html>, свободный. (Дата обращения: 16.01.2022 г.).
8. **McFEDRIES P. Technically speaking: All a-twitter / P. McFedries // IEEE spectrum.** – 2007. – Т. 44. – №. 10. – Р. 84–84.
9. **Oxford Learner’s Dictionaries** [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/weblog>, свободный. (Дата обращения: 16.01.2022 г.).

Kolesnik T.I.

Structural and Functional Characteristics of Microblogging (Based on Instagram)

The article is devoted to the study of microblogging as a means of multimodal communication. The article briefly describes the conditions of formation of microblogging, reveals the content of the concept of “microblogging”, and analyzes its main functions. The textual, visual, hypertextual, interactive components are highlighted as the main structural elements of the text of microblog.

Key words: *microblog, multimodal communication, user, visual component.*

УДК: 32.019.52

Куянцева Елена Александровна,
канд. филол. наук,
доцент каф. журналистики
и издательского дела
ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ»
elenakul@list.ru

Сивак Александра Викторовна,
магистрант
ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ»
sivak.sasha2016@yandex.ua

Влияние блогеров-журналистов на общественное мнение посредством коммуникативных стратегий

В статье обсуждаются особенности русскоязычной блогосферы. На примере видеоблога современной журналистки Олеси Медведевой определяется специфика контента и реализуемые ею коммуникативные стратегии. Автор рассматривает средства влияния на общественное мнение, реакцию масс и отличия блогеров-журналистов от сотрудников традиционных средств массовой информации.

Ключевые слова: блогер, блог, журналистика, массы, лидеры мнений, коммуникативная стратегия.

В наше время блогинг стал важной сферой изучения общественного мнения, которое меняется посредством влияния новых инфлюенсеров. Блоги перестали быть просто коммуникационными средствами. Это мощный инструмент влияния на массы и управления ими.

В качестве объекта исследования мы выбрали видеоматериалы блогера-журналиста Олеси Медведевой (программа «Ясно. Понятно» на YouTube-канале «Страна.иа»).

Предметом исследования являются непосредственно коммуникативные стратегии в исследуемых материалах как способ воздействия на общественное мнение аудитории.

Теоретико-методологической базой исследования для нас стали труды А.А. Попова [3], Д.Д. Соломатина, В.А. Соловьева [5] и других ученых.

Актуальность исследования заключается в том, что в последнее десятилетие блогосфера стала культурным феноменом. Блогеры – новые лидеры мнений, чье влияние на массовое сознание сильнее традиционных каналов передачи информации или официальных представителей власти.

Новизна исследования состоит в недостаточном изучении коммуникативных тактик блогеров-журналистов, которые реализуются в видеоматериалах, и с помощью которых меняется отношение общества к политическим и социальным вопросам.

Цель работы можно обозначить как выявление стратегий воздействия на общественное мнение в медиаматериалах Олеси Медведевой, особенностей их реализации и изучение реакции широких масс.

В течение 10–15 лет блоги, в которых ранее преобладала развлекательная функция и функция самопрезентации, стали своеобразной альтернативой официальным СМИ. Благодаря блогам люди становятся более информированными и заинтересованными, а блогеры свободно выражают свою точку зрения даже на самые острые вопросы современности. Положительно сформированный имидж блогера и приобретенный высокий социальный статус позволяют выстраивать доверительные отношения между ним и миллионами поклонников/зрителей. Передаваемая блогерами-журналистами информация проходит через фильтр восприятия, а, значит, поступает к адресату не в «чистом», объективном виде, а через призму личного мнения.

Для влияния на аудиторию блогеру не обязательно принадлежать к профессиональным кругам или каким-либо другим способом подтвердить свои знания в заданной предметной области. Как отмечают Д.Д. Соломатин и В.А. Соловьев, лидер мнений устанавливает достоверность и объективность своих сообщений в ходе непрерывного контакта с аудиторией [5, с. 92]. Блог, как самый открытый и доступный канал передачи информации, устанавливает связь между миллионами людей и делит на «ведомых» и «ведущих».

С другой стороны, А.А. Попов утверждает, что русскоязычная блогосфера с самых истоков приобрела черты «медийности», а не «дневниковости», как в англоязычных странах [3, с. 161]. Это связано с тем, что первые «говорящие» блогеры занимались журналистской или литературной деятельностью. К их числу можно отнести: генерального директора издательского дома «Коммерсантъ» Демьяна Кудрявцева, главного редактора журнала «Новый мир» Андрея Василевского, журналиста журнала «Огонек» Дмитрия Губина (онлайн-дневники в LiveJournal) и т.д.

На данный момент одной из самых популярных и влиятельных площадок является YouTube. Этот видеохостинг был основан в 2005 году как сервис для хранения, доставки и показа видео. В настоящее время его посещаемость составляет 2 млрд. активных пользователей в месяц.

Среди всех блогов особое место занимают личные страницы блогеров-журналистов, которые реагируют на актуальные события в политической и социальной жизни. В украинском медиаполе популярна Олеся Медведева – журналистка YouTube-канала «Страна.ua», которая ведет авторскую передачу «Ясно. Понятно». Каждый видеоролик – это реакция на действия политиков, изменения в законодательстве или в обществе после событий на политической арене.

Благодаря тому, что Олеся Медведева является профессиональным журналистом (диплом вуза в Горловке, диплом магистра *DigitalMarketingAcademy* в Киеве), в своем блоге она умело использует коммуникативные стратегии. Под этим термином А.П. Сковородникова подразумевает «выбор системы продуманных говорящим/пишущим поэтапных речевых действий; линия речевого поведения, принятая на основе осознания коммуникативной ситуации

в целом и направленная на достижение конечной коммуникативной цели (целей) в процессе речевого общения» [4, с. 5].

Одной из основных коммуникативных стратегий в блогах Олеси Медведевой является информационная. Она заключается в передаче фактологической информации, т.е. трансляции знаний автора блога. Журналисты используют следующие формы: новость, сообщение, объявление. Эта стратегия используется в каждом видеоролике, т.к. ее видеоконтент имеет политическую и социальную направленность, посвящен актуальным событиям в украинском обществе.

Однако, в чистом виде информационную коммуникативную стратегию на YouTube-канале «Страна.иа» найти невозможно. В этом и состоит главное отличие традиционных журналистов от блогеров-журналистов. Первые освещают события от лица конкретного СМИ, чаще всего предстают безликими авторами и обязательно соответствуют требованиям редакционной политики, жанра или медиа [1, с. 281].

Блогосфера, наоборот, отличается тенденцией к персонификации информации. Блогеры создают публичный образ, от чьего имени освещают события, дополняя «сухую» информацию средствами выражения оценки.

Так, информационная стратегия соединяется с двумя другими: регулятивно-воздействующей и экспрессивно-апеллятивной. «Основная цель [регулятивно-воздействующей] стратегии – вызвать желаемые изменения в широком экстракоммуникативном контексте ситуации. Эта стратегия может быть реализована в виде четырех коммуникативно-речевых тактик: подчинение, контроль над инициативой, контроль над темой и контроль над деятельностью» [2, с. 402]. Часто эта стратегия реализуется посредством различных форм волеизъявления: приказа, просьбы, совета и т.д.

Экспрессивно-апеллятивная (или эмотивная) стратегия позволяет блогеру выразить чувства, оценку, эмоции, коммуникативные интенции [2, с. 402]. Средства реализации: эмоционально окрашенная лексика, лексические категории, средства выразительности (преимущественно несобственно тропы: ирония, сарказм, астеизм, апосиопеза и др.). В совокупности эти стратегии позволяют эффективно влиять на общественное мнение.

В качестве примера используем видеоролик Олеси Медведевой на канале «Страна.иа» под названием «“Дядя, тебя отсюда вынесут”. В Днепре сорвали урок патриотизма из-за русского языка».

Напомним, с 16 января 2021 года в соответствии со статьей 30 Закона Украины «Об обеспечении функционирования украинского языка как государственного» вся сфера обслуживания перешла на украинский язык. Если работники сферы обслуживания разговаривают с клиентами на русском или другом неприемлемом для него языке, клиент имеет право написать жалобу.

После вступления в силу этой статьи в Украине повсеместно стали разгораться языковые скандалы. Один из самых громких произошел в Днепре (до 2016 года – Днепропетровск). Об этом инциденте рассказала Олеся Медведева:

«Начнем со скандала в школе в городе Днепр. Представители военных вузов пришли к старшеклассникам агитировать поступать в эти самые вузы. Но в какой-то момент разговор перешел на оскорбления. Один из старше-

классников начал перебивать военных и требовать их перейти на украинский язык. Как вы понимаете, военные говорили по-русски. На военных с подачи родителей такого, знаете, активного школьника с активной жизненной позицией, пожаловались в военкомат. Как оказалось, родители этого парня – местные языковые активисты. Хо, как неожиданно!

Об этой истории, которая произошла 18 февраля в школе №11 города Днепра, поведал в сети отец 11-классника Алексей Пономаренко. Он написал, что гордится поступком своего сына, который, как видно, во-первых, огрызнулся и очень по-хамски общался с людьми, которые, как минимум, старше его. Во-вторых, с людьми, которые в статусе офицеров. И, в итоге, сорвал мероприятие по патриотическому воспитанию».

Далее журналистка зачитала пост того самого «Олексія Пономаренко» из Facebook, который процитировал фразу сына в отношении офицера: «Дядя, я сейчас такую беседу с тобой проведу, что тебя отсюда вынесут!» Завершает свой видеоролик Олеся Медведева следующими словами: «К сожалению, такие инциденты, подобные, будут продолжаться и дальше. Мы, в свою очередь, будем их фиксировать, потому что говорить об этом важно. Показывать, что насильственные методы украинизации дают свое противодействие и порождают подобные инциденты, которые, конечно же, не идут на пользу Украине».

Журналистка внедряет эмотивную стратегию, активно используя средства экстралингвистики: разбавляет речь паузами, включает психологические проявления (вздохи, междометия). Среди используемых тропов – ирония («активный школьник с активной жизненной позицией», «как неожиданно»). Также намеренно произносит имя и фамилию националиста на украинском языке. В ее видеоролике информационная составляющая (непосредственно новость об инциденте в школе) дополняется субъективной критикой в адрес старшекласника и самого процесса «насильственной украинизации».

Данный ролик набрал более 200 тысяч просмотров и несколько тысяч комментариев. Стоит отметить, что большинство подписчиков канала «Страна.иа» – русскоговорящее население Украины, не поддерживающее новые изменения в законах страны. Видео вызвало общественный резонанс. «Концлагеря для русскоязычных – следующий этап развития незалежной Украины», «Скоро начнут выгонять из ВСУ за русский язык. В бой идут одни мовнюки!», «Мовнюки копают себе могилу!» и сотни других подобных комментариев появились под видео за несколько дней.

Стоит отметить, что реакцией зрителей на такие видеоролики становится появление негативно маркированных идеологем. Яркий пример – идеологема «мовнюки». Теперь это не просто лексическая единица, а элемент идеологической системы. С одной стороны, идеологема имеет расплывчатое значение. Неизвестно, «мовнюки» просто разговаривают на украинском языке, считают необходимым использовать его в обществе или радикально настроены против русскоговорящего населения? Зато идеологема позволяет управлять массовым сознанием – она создает иллюзию понимания у объекта манипуляции.

Проанализировав реакцию аудитории, можно уверенно сказать, что комментаторы разделяют мнение журналиста. Особенно ярко это проявляется в обсуждении под видеороликами, которые посвящены ситуации на Донбассе,

взаимоотношениям Украины и России, а также другой острой социально-политической тематике.

Итак, реализация коммуникативных стратегий блогером-журналистом позволяет эффективно воздействовать на массовое сознание. Олеся Медведева профессионально сочетает информационную, регулятивно-воздействующую и экспрессивно-апеллятивную стратегии. Как результат – возникает ответная реакция со стороны зрителей, накал общественных отношений. Это создает трудности для государственных СМИ, чей авторитет и достоверность подрывается, что мешает выполнять функцию пропаганды. Блогосфера открывает широкие возможности для журналистов, дает бесцензурную площадку для выражения мыслей и консолидации вокруг себя единомышленников.

Список литературы

1. **Болталин С.А.** Феномен обезличенного авторства в печатных текстах современной российской журналистики [Текст] / С.А. Болталин // Вестник Чувашского университета. – 2008. – № 4. – С. 281–286.
2. **Олешков М.Ю.** Интенция как основа коммуникативной стратегии в институциональном дискурсе / М.Ю. Олешков // Русский язык: исторические судьбы и современность: III Международный конгресс исследователей русского языка (Москва, МГУ им. М.В. Ломоносова, филологический факультет, 20–30 марта 2007 г.): Труды и материалы / сост. М.Л. Ремнева, А.А. Поликарпов. – М.: МАКС Пресс, 2007. – С.401–402.
3. **Попов А.А.** Характеристика коммуникативных стратегий, реализуемых в блогах журналистов [Текст] / А.А. Попов // Научные ведомости. Серия Гуманитарные науки. – 2013. – № 6 (149). – Вып. 17. – С. 161–171.
4. **Сковородникова А.П.** О необходимости разграничения понятий «риторический прием», «стилистическая фигура», «речевая тактика», «речевой жанр» в практике терминологии лексикографии / А.П. Сковородникова // Риторика–Лингвистика. Вып. 5: сб. статей. – Смоленск: СГПУ, 2004. – С. 5–11.
5. **Соломатин Д.Д.** Блогинг как катализатор журналистики в медиасистеме России [Текст] / Д.Д. Соломатин, В.А. Соловьев // Вестник науки и образования. – 2019. – № 14–1 (68). – С. 91–99.

**Kuiantseva E.A.,
Sivak A.V.**

Influence of Bloggers-journalists on Public Opinion through Communication Strategies

The article discusses the features of the Russian-language blogosphere. On the example of the video blog of the modern journalist OlesyaMedvedeva, the specifics of the content and the communication strategies implemented by her are determined. The author examines the means of influencing public opinion, the reaction of the masses, and the differences between bloggers-journalists and employees of traditional mass media.

Key words: *blogger, blog, journalism, mass media, opinion leaders, communication strategy.*

Якименко Людмила Николаевна,
канд. филол. наук, доцент,
и.о. заведующего кафедрой
начального образования
ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ»
yakimenkol@list.ru

Авторская журналистская программа в современном теледискурсе

В предлагаемой статье рассмотрены вопросы, связанные с созданием и репрезентацией в современном телевизионном дискурсе авторской журналистской программы. Указано, что авторская программа – передача на радио или телевидении, концепция которой сформирована определенным журналистом, который является ее организатором и ведущим. Выявлено особенности авторской программы, среди которых – привлекательность в аспекте интеллектуальной мощи, коммуникативного потенциала (художественной культуры) и телегенности (для телевидения) ведущего/ведущей. Особое внимание уделено авторской телевизионной журналистике, основу которой составляет ярко выраженный авторский замысел, отчетливая позиция журналиста и его инновационный поиск в области художественной формы, стилистически-индивидуализированные и персонифицированные медиа-проекты.

Ключевые слова: авторская журналистская программа, жанр, телевизионный дискурс, средства массовой информации.

На современном этапе развития масс-медиа прослеживаются принципиальные трансформации в плоскости телевизионного дискурса, который остается, несмотря на серьезную конкуренцию со стороны электронных СМИ, определяющим фактором влияния на сознание массовой аудитории. Отдельные направления отечественного и зарубежного телевидения, в частности, авторское телевидение, претерпевают существенные изменения, связанные с трансформацией общего культурно-исторического, политического, геополитического, психологического и социального контекста. «Авторская программа», как маркер многих телеканалов, длительное время остается распространенным явлением в телеэфире, однако сами понятия «авторская программа», «авторское телевидение» не имеют устоявшихся, четких определений, определенных границ и форм, а динамика их трансформации пока не нашла системного отражения в исследованиях теоретиков тележурналистики. Также стоит отметить, что в научных исследованиях должным образом не рассмотрены вопросы, связанные со спецификой и выражением авторской позиции журналиста в авторских телепроектах.

Осознание потенциала этого направления ТВ, его проблем и перспектив даст возможность журналистике вообще и луганской в частности развить и укрепить собственные телетрадиции, и, следовательно, создать условия для

успешного функционирования такой телевизионной индустрии, которая бы отвечала требованиям демократического гражданского общества, журналистской деонтологии, формированию активной гражданской и социальной позиции медиа-адресатов и самих работников СМИ, что и обуславливает актуальность нашего исследования.

В основу исследования положены труды зарубежных и отечественных исследователей, а именно: В. Андреевой «Стратегии и тактики коммуникативного саботажа» [2], Н. Белоусова «Внешние факторы, влияющие на выражение авторской позиции журналистом» [3], И. Венгера «Авторские программы в контексте коммерческого телевидения» [4], Т. Гоббса «Левиафан, или Материя, форма и власть государства церковного и гражданского» [6], Н. Панченко «Достоверность как коммуникативная категория» [8], Г. Ширмана «Алхимия режиссуры» [9].

Авторская программа – передача на радио или телевидении, концепция которой сформирована определенным журналистом, который является ее организатором и ведущим. Главная особенность авторской программы – привлекательность в аспекте интеллектуальной мощи, коммуникативного потенциала (артистической культуры) и телегеничности (для телевидения) ведущего/ведущей. Такую программу может вести автор наедине с микрофоном или камерой в студии, также она может иметь интерактивный характер, приобретать параметры ток-шоу, при этом к участию привлекаются известные люди, зрители.

Авторская программа широко представлена на ведущих телеканалах России, например, «Охотник за привидениями с Димой Масленниковым» – телевизионная версия популярного блога Димы Масленникова Ghostbuster; «Добрый день с Валерией» – российское шоу на канале ТВ-3; «Лето – это деревня» – российское трэвел-шоу онлайн-кинотеатра KION; «Намедни» – авторское информативное шоу Леонида Парфенова; «Черный список» – реалити-шоу на телеканале «Пятница!» о качестве потребляемых услуг; «Гражданская оборона» – остросоциальный проект Первого канала, призванный разбирать непростые ситуации и оказывать адресную помощь тем, кто в ней нуждается; «Ешь, люби, тренируйся» – авторское шоу Тины Канделаки, посвященное тренировкам, правильному питанию и уходу за собой; документальный авторский проект «Расследование Эдуарда Петрова»; психологическая программа «Настоящая жизнь» с Эммануилом Виторганом; программа «Формула власти» с Михаилом Гусманом (Россия-1, Россия-24); программа «Сельский час» с Александром Моховым (ОРТ, «Россия 1»); авторская программа Ирины Зайцевой «Без галстука» (НТВ, ТВ-6, ТВС, Россия-24) и др.

В авторской телепрограмме, в первую очередь, не должно быть штампов и трафаретов. Особенно важна роль автора, который чаще всего выступает и ведущим: творческий журналистский проект отмечен печатью персонального таланта журналиста, личность которого уникальна и неповторима.

Авторские программы существенно отличаются от «мейнстрима» на телевидении тем, что их журналисты-творцы несколько по-иному понимают свои профессиональные задачи, решение которых подчиняют этическим законам и обязательствам перед огромной зрительской аудиторией. Так как авторские аналитические программы способствуют формированию обществен-

ного мнения, воздействуют на общественное сознание в целом, то именно в них автор-телеведущий имеет возможность не только озвучить свою гражданскую позицию, созвучную с идеей служения народу, государству, соответствовать стандарту духовно-нравственной личности, но и укоренять в сознании аудитории непреложные истины патриотического самосознания.

На телевидение накладывается особая ответственность, так как это универсальный и наиболее массовый канал распространения информации. Тележурналист, правда, как и любой другой, если он этически воспитанный, не должен позволять себе забывать о последствиях сказанного или сделанного им, игнорировать то, что экранное публичное освещение сказывается на судьбах его героев. Теоретически журналист, редактор, продюсер не может соблазниться славой и популярностью и попадать в зависимость от рекламодателя или административного руководства, особенно если рекомендации-указания противоречат его журналистской совести, политическим взглядам, гражданской позиции, профессиональной этике.

В любом случае, основу авторской телевизионной программы составляет ярко выраженный авторский замысел («Поле чудес» Листьева-Якубовича, «Моя семья» Комиссарова, при желании список можно продолжить вплоть до «Окон» Д. Нагиева и т.д.). «Фишками» таких программ можно считать отчетливую позицию автора и его инновационный поиск в области художественной формы, стилистически-индивидуализированные и персонифицированные медиа-проекты.

По жанру авторский проект может быть: постановочным, игровым, развлекательным, а не только проблемным, публицистическим, аналитическим, основанным на реальности, на документе, на факте, хотя именно такие медиа-продукты высоко ценятся и считаются наиболее подходящими для обозначения своей гражданской позиции (например, цикл «Профессия – репортер», «Итоги», «Намедни» на НТВ) [1]. Следует отметить, что большинство авторских программ, конечно же, не являются журналистикой фактов, они более соответствуют публицистике, ярко иллюстрируют явление конвергенции жанров: очерк, портрет, специальный репортаж, эссе. Осваивая художественное пространство телевидения, они не теряют опоры на реальность, факт, документ, предлагая качественно новый, интересный, увлекательный авторский телевизионный продукт, в котором субъективное, высказанное в эфире мнение журналиста, рассматривающего и анализирующего что-то или кого-то, преломляется сквозь призму объективных реалий и зиждется на категориях гражданской позиции и гражданской социальной ответственности работника СМИ.

Во многом успех авторской программы зависит от ряда факторов: точное определение темы и жанра; совпадение медиа-образа, имиджа ведущего с образом передачи; использование наиболее целесообразных и эффективных художественных приемов вербального и невербального общения, которые способствуют сокращению разрыва с аудиторией; наличие комплекса выразительных средств самого телевидения, включающего композицию кадра, монтаж, смену планов и т.д. [4, с. 171].

Также нужно учитывать, что авторская деятельность на телевидении не тождественна дикторской. Функция диктора-исполнителя – четко и до-

ступно прочитать текст, донести информацию, а журналист-ведущий обязан привлечь зрителя, удержать его внимание, придерживаясь сюжета и композиции, постоянно импровизировать, мыслить вслух, персонифицировать, одушевлять свою передачу. Более того, известные журналисты, прославившиеся авторскими передачами, имели свое амплуа, например, амплуа «друга», «советчика» у Д. Крылова («Непутевые заметки»), «сказителя» – у Э. Радзинского, «задушевной подруги» – у Оксаны Пушкиной («Женский взгляд»), «абсолютного творца» – у Владимира Ворошилова («Что, где, когда?») – голос за кадром).

Выделяют также жанры авторских программ:

– монологические (устный публицистический рассказ, эссе, сатирический монолог, например, И. Андроникова, Ю. Лотмана, В. Вульфа, Э. Радзинского и т.д.); хотя большинство исследователей утверждает, и не обосновательно, что «эти жанры утратили былую популярность», а «зрителю приятнее быть сторонним наблюдателем беседы: он тяготеет к развлекательности», хотя нынешние монологические авторские проекты, например, «Бесогон» Н. Михалкова, «вдохнули жизнь» в эти жанры;

– диалоговые жанры (беседа, дискуссия, ток-шоу, и т.д. – Т. Кизяков «Пока все дома», Д. Дибров «Антропология», Т. Толстая и Д. Смирнова «Школа злословия» и т.д.); авторы и ведущие таких телепроектов – ярко выраженные, легкоузнаваемые, эпатажные индивидуальности;

– синтетические жанры (очерк, творческий портрет, телезарисовка, художественный тележурнал, публицистический жанр и т.д.), для которых характерны черты портретных и пейзажных зарисовок, речевые характеристики, живые диалоговые сценки, лирические или публицистические отступления в виде авторских высказываний, либо в виде проходов, статичные или динамичные кадры, разнообразные монтажно-композиционные приемы. Как пример можно вспомнить путевые очерки Ю. Сенкевича, Д. Крылова, П. Любимцева; портретные очерки О. Пушкиной, Л. Парфенова, Л. Филатова («Чтобы помнили»); публицистические фильмы (фильм Л. Парфенова об А. Пушкине, Е. Сорокиной – о Янтарной комнате и т.д.); сатирические программы («Времечко», «Куклы») [7, с. 98–101].

На появление авторских программ влияют персонификационные процессы в телевизионном пространстве. Понятие «авторская программа» активно употребляют как практики, так и теоретики журналистики. Однако, отдельных научных пособий и учебников, посвященных этому феномену, нет, только отдельные фрагменты можем увидеть в некоторых исследованиях других тем. Больше об авторских проектах пишут теоретики киноискусства.

Р. Ширман в своих работах по телережиссуре активно употребляет дефиниции «авторский фильм» и «авторская программа». По его мнению, журналист, взявшийся за эту работу, должен быть профессионалом, артистичным, с чувством вкуса, стиля и меры [9, с. 233].

Эти два понятия упомянуты вместе не случайно. Ведь как в первом, так и во втором случае перед автором телепроизведения стоят схожие задачи: найти оригинальную форму представления материала, раскрыть тему через неповторимость и оригинальность художественных образов, проявить на всех

этапах работы творческую неповторимость и личное видение определенной проблемы, создать оригинальный продукт.

Одним из основных признаков авторской программы является особая работа с фактами, которая предусматривает их личную интерпретацию и объяснение. Фактологическая вооруженность автора – надежное обеспечение для авторской журналистики. В. Шкляр определяет журналистский публицистический подбор фактов как творческий акт трансформации предметной реальности в элементы текста [10, с. 51]. Факт не всегда полностью входит в текст, его наличие может быть частичным. Чтобы факт стал действенной частью материала, нужен определенный субъект, который отберет и выделит его. Этим субъектом является журналист.

В. Шкляр пишет, что, согласно «теории настроения» (Д. Узнадзе), «свойство человека выбирать и принимать информацию в значительной степени обусловлено “настроением”, которое сформировалось в его сознании» [10, с. 52]. И если для авторов, например, информационных программ недопустима личностная интерпретация и объяснение фактов, то в авторских проектах – индивидуальный, персонифицированный продукт только приветствуется.

Этот тип телевизионного творчества также предполагает использование большого количества выразительных средств. Теоретики телережиссуры говорят, что если для информационных или аналитических программ оператору достаточно снять статические кадры различной величины, чтобы получить нужный видеоряд, то в авторских проектах нельзя забывать о панораме, изменении фокуса со сложным внутрикадровым движением [9, с. 234].

Ведущий авторской программы одновременно является и ее автором. Здесь речь идет о ведущем-творце. В таких программах ярко выраженное авторское «я», образ автора максимально индивидуализированный, можем проследить автобиографического автора, позиция автора – субъективная.

Отдельно нужно рассмотреть активную гражданскую позицию автора-ведущего. Показательно, что персонифицированные творения чаще всего появляются именно в период непростой политической ситуации в стране. Об этом ярко свидетельствует мировой журналистский опыт: например, период Великой французской буржуазной революции в печати запомнился как эпоха «персонального журнализма». Во времена революционного противостояния Максимилиан Робеспьер и Марат были одновременно авторами, редакторами и издателями газет «Защитник конституции» (Максимилиан Робеспьер) и «Друг народа» (Марат) [5, с. 36].

От словосочетания «персональный журнализм» сегодня применяемым остался только «журнализм». Современное понятие нельзя отождествлять с тем, что оно означало в середине XVIII века. Журнализм сегодня имеет достаточно противоречивые трактовки. Часто его употребляют для обозначения низкокачественной, непрофессиональной журналистики. В частности, из-за появления в США нового журнализма. Непростыми для этой страны были 70-е годы XX века: экономический кризис, «уотергейтский скандал», отставка президента Никсона – все это повлияло и на ситуацию в СМИ. В системе журналистских методов рождаются новые формы творчества: расследования, прецизионная журналистика и новый журнализм. Если представители преци-

зионной журналистики отстаивали точность и объективность материалов, то для публикаций сторонников нового журнализма был характерен субъективизм, обязательное присутствие авторской мысли и элементов художественного домысла [5, с. 40].

Художественный домысел со временем оказался решающим, став основой для появления так называемой «желтой прессы». Сегодня можем говорить о том, что авторской программе присущ определенный субъективизм. Ведь насколько бы журналист не хотел объективно передать информацию, его личное отношение к событию или проблеме так или иначе проявится в телевизионном стихе: подбором слов, ударениями, жестами, артикуляцией и т.п.

Когда речь идет об авторской программе, то выразительных средств у автора гораздо больше. Он сам выбирает тему, подыскивает участников, расставляет акценты во время беседы, поэтому в его материалах значительно больше субъективная часть, чем в других, неавторской проектах.

Авторская программа, как любое другое журналистское творчество, должна быть четко авторизована. Привычным для журналистского творчества является разделение на жанры. Место авторской программы в жанровой системе до сих пор четко не определено. Можем ли мы вместить ее в границы жанра, стоит ли говорить об индивидуальных творческих проектах как о наборе конкретных жанров?

Развитие жанров происходит в направлении их совершенствования через взаимообогащение и взаимопроникновение. Журналисты для воплощения творческого замысла стремятся максимально использовать все возможности жанра. Также развитие жанра зависит от изменения сферы интересов СМИ, которую часто определяет реципиент. В каком состоянии тот или иной жанр зависит от заинтересованности аудитории в определенный промежуток времени и в определенном регионе.

Требования к тележанру постоянно меняются. Все реже можем наблюдать в эфире «чистые» жанры. Это свидетельствует о том, что новые жанры представлены в синтетической форме. У современных иностранных критиков, согласно утверждению Н. Панченко, в отношении категории жанра довольно разнообразные мысли. В частности, исследовательница подает мысли американских и английских ученых, которые противопоставляют художественную и жанровую литературу, а саму жанровость понимают как нечто примитивное, рассчитанное на массового потребителя. Сторонники такого подхода предлагают противопоставлять консервативное «жанровое» и творческое «авторское» [8, с. 147].

Авторская программа является результатом индивидуального творческого процесса, поэтому не может быть категорией массовой культуры. На определение жанра влияет содержание произведения, тогда как для программы он не определяющий. Поэтому авторскую программу не можем поставить в один ряд с известными журналистскими жанрами. Ведущий-творец может выбрать для воплощения своих идей любые темы, формы и методы. Поэтому целесообразнее говорить об авторской программе как о синтетической форме, что может объединять разные жанры, но не зависеть от одного из них.

В настоящее время, например, коммерческое телевидение не часто практикует финансирование и создание авторских проектов. Связано это с наличием «кризиса идей»: работники каналов с высокими рейтингами «почивают на лаврах», малоинициативные и не предлагают собственных программ – дешевле и проще купить раскрученную программу-бренд; не менее важным является и нежелание телеканала рисковать – надежнее приобрести уже хорошо известный продукт, который был популярным среди иностранной аудитории, и адаптировать его под отечественного зрителя.

Но вместе с тем, авторские программы были и остаются критерием качественного телевидения. Современный зритель должен учиться культуре потребления информации, приобщаться к таким СМИ, которые больше отвечают понятию высокое искусство, а не массовая культура. Масс-медиа формируют гражданина с сознательной гражданской позицией в координатах демократического общества, чему должно поспособствовать авторское телевидение и качественные авторские программы.

Список литературы

1. **Авторское телевидение: история и современность** [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://sites.google.com/site/gosyfjnsu/13-avtorskoe-televidenie-istoria-i-sovremennost>, свободный. (Дата обращения : 09.11.2021 г.).
2. **Андреева В.Ю.** Стратегии и тактики коммуникативного саботажа / В.Ю. Андреева. – Курск : [Б. и.], 2009. – 284 с.
3. **Белоусова Н.Ш.** Внешние факторы, влияющие на выражение авторской позиции журналистом / Н.Ш. Белоусова // Вестник Челябинского государственного университета. – 2013. – № 35 (326). – Филология. Искусствоведение. – Вып. 85. – С. 15–18.
4. **Венгер И.** Авторские программы в контексте коммерческого телевидения / И. Венгер // Теле- и радиожурналистика. – 2014. – Выпуск 13. – С. 169–175.
5. **Ворошилов В.В.** Журналистика : учеб. / В.В. Ворошилов. – 3-е изд. – СПб. : Изд-во Михайлова В.А., 2001. – 447 с.
6. **Гоббс Т.** Левиафан, или Материя, форма и власть государства церковного и гражданского / Т. Гоббс; пер. с англ. – М. : Мысль, 2001. – 478 с.
7. **Мясницкая М.А.** Художественные программы на телевидении / М.А. Мясницкая. – М. : Наука, 2002. – 237 с.
8. **Панченко Н.Н.** Достоверность как коммуникативная категория: моногр./ Н.Н. Панченко. – Волгоград : Перемена, 2010. – 284 с.
9. **Ширман Г.Н.** Алхимия режиссуры / Г.Н. Ширман. – М. : Телерадиокурьер, 2008. – 448 с.
10. **Шкляр В.** Поэтика журналистского текста / В. Шкляр // Стиль и текст : сб. научн. тр. Вып. 11. – М. : [Б. и.], 2000. – С. 50–54.

Yakimenko L.N.

Author's Journalistic Program in Modern TV Discourse

The proposed article discusses issues related to the creation and representation of the author's journalistic program in the modern television discourse. It is indicated that the author's program is a broadcast on radio or television, the concept of which is formed by a certain journalist who is its organizer and presenter. The features of the author's program are revealed, among which are attractiveness in terms of intellectual power, communicative potential (artistic culture) and telegenicity (for television) of the presenter/presenter. Special attention is paid to the author's television journalism, which is based on a pronounced author's idea, a clear position of the journalist and his innovative search in the field of artistic form, stylistically individualized and personalized media projects.

Key words: *author's journalistic program, genre, television discourse, mass media.*

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

Бабий Ирина Михайловна, студент 3 курса ГОУ ВО ЛНР «Луганский государственный педагогический университет»

Бондаренко Кристина Александровна, старший преподаватель кафедры английской и восточной филологии ГОУ ВО ЛНР «Луганский государственный педагогический университет»

Бузовский Андрей Владимирович, старший преподаватель кафедры английской и восточной филологии ГОУ ВО ЛНР «Луганский государственный педагогический университет»

Василькова Ирина Романовна, преподаватель кафедры теории и практики перевода ГОУ ВО ЛНР «Луганский государственный педагогический университет»

Гончарова Светлана Владимировна, старший преподаватель кафедры теории и практики перевода ГОУ ВО ЛНР «Луганский государственный педагогический университет»

Иващенко Елена Витальевна, старший преподаватель кафедры теории и практики перевода и общего языкознания ГОУ ВО ЛНР «Луганский государственный университет имени Владимира Даля»

Калиновская Елена Андреевна, старший преподаватель кафедры теории и практики перевода и общего языкознания ГОУ ВО ЛНР «Луганский государственный университет имени Владимира Даля»

Калюжная Виктория Юрьевна, доцент кафедры теории и практики перевода ГОУ ВО ЛНР «Луганский государственный педагогический университет», кандидат педагогических наук

Кисель Виктория Сергеевна, старший преподаватель кафедры теории и практики перевода ГОУ ВО ЛНР «Луганский государственный педагогический университет»

Колесник Татьяна Ивановна, старший преподаватель кафедры романо-германской филологии ГОУ ВО ЛНР «Луганский государственный педагогический университет»

Куянцева Елена Александровна, доцент кафедры журналистики и издательского дела ГОУ ВО ЛНР «Луганский государственный педагогический университет», кандидат филологических наук

Новикова Анна Анатольевна, и.о. заведующего кафедрой английской и восточной филологии ГОУ ВО ЛНР «Луганский государственный педагогический университет», кандидат филологических наук, доцент

Охрименко Татьяна Олеговна, старший преподаватель кафедры английской и восточной филологии ГОУ ВО ЛНР «Луганский государственный педагогический университет; учитель английского языка ГУ ЛНР «Луганское общеобразовательное учреждение – специализированная школа № 5 имени В.И. Даля»

Санченко Евгения Николаевна, доцент кафедры теории и практики перевода, и.о. заведующего научным отделом ГОУ ВО ЛНР «Луганский государственный педагогический университет», кандидат филологических наук

Сивак Александра Викторовна, магистрант ГОУ ВО ЛНР «Луганский государственный педагогический университет»

Стасевич Юлия Юрьевна, старший преподаватель кафедры романо-германской филологии ГОУ ВО ЛНР «Луганский государственный педагогический университет»

Туленинова Лариса Владимировна, доцент кафедры английской и восточной филологии ГОУ ВО ЛНР «Луганский государственный педагогический университет», кандидат филологических наук

Удодова Анастасия Викторовна, преподаватель кафедры романо-германской филологии ГОУ ВО ЛНР «Луганский государственный педагогический университет»

Якименко Людмила Николаевна, и.о. заведующего кафедрой начального образования ГОУ ВО ЛНР «Луганский государственный педагогический университет», кандидат филологических наук, доцент

ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ АВТОРОВ

Сборник научных трудов «Вестник Луганского государственного педагогического университета» (Свидетельство № ПИ 000196 от 22 июня 2021 г.) основан в 2015 г.

Учредитель и издатель сборника – ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ».

Научный сборник является периодическим печатным научным рецензируемым изданием, имеющим сериальную структуру. На страницах сборника публикуются научные работы, освещающие актуальные проблемы отраслей знания и относящиеся к отдельным группам научных специальностей. С 2016 г. издаются серии: «Педагогические науки. Образование», «Физическое воспитание и спорт», «Филологические науки. Медиакommunikации», «Биология. Медицина. Химия» «Гуманитарные науки. Технические науки».

Редакция сборника публикует научные работы, отвечающие правилам оформления статей и других авторских материалов, принятых в издании.

Авторские рукописи, подаваемые для публикации в выпусках серий, должны соответствовать их научному направлению и отличаться высокой степенью научной новизны.

Материалы могут подаваться на русском языке. Допускается публикация на английском языке. В таком случае авторы должны предоставлять развернутую русскоязычную аннотацию (до 2 тыс. знаков). Статьи публикуются на языке оригинала.

Публикация научных материалов осуществляется при условии предоставления авторами следующих документов:

1. Авторская заявка/согласие на публикацию авторских материалов.
2. Текст научной статьи (научного обзора, научного сообщения, открытой научной рецензии, публикация по материалам научных событий, информация об отечественных и зарубежных научных школах, персоналиях), соответствующий тематике серии сборника.
3. Рецензия на статью, подготовленную аспирантом или соискателем ученой степени кандидата наук, подписанная научным руководителем или заведующим кафедрой, на которой выполняется диссертационное исследование. Рецензия должна объективно оценивать научную статью и содержать всесторонний анализ ее научных достоинств и недостатков.

Заявка и научная статья или другие авторские материалы направляются в редакцию серии в электронном виде. Электронный вариант статьи представляется вложением в электронное письмо. Авторская заявка с подписью автора(-ов), рецензия на статью подаются в отсканированном виде. Названия предоставляемых файлов должны соответствовать фамилии автора(-ов) и названию документов.

Рукописи статей проходят процедуру макетирования. Все элементы статьи должны быть доступны для технического редактирования и отвечать техническими требованиями, принятым в издании.

Материал для опубликования предоставляется в текстовом редакторе Microsoft Word и сохраняется в текстовом формате, полностью совместимом с Word 97-2003. Рукопись должна иметь ограниченный объем 7–12 страниц машинописного текста (0,3–0,5 авторского листа; 12–20 тыс. печатных знаков с пробелами) включая аннотацию, иллюстративный и графический материал, список литературы.

Формат страницы А4; книжная ориентация; поля: левое 3 см, верхнее 2 см, правое 1,5 см, нижнее 2 см; гарнитура Times New Roman; цвет текста – черный; размер шрифта 14 кегль; интервал 1,5; выравнивание по ширине текста. Абзац выделяется красной строкой, отступ 1,25. Текст печатается без переносов, соблюдается постановка знаков дефиса (-) и тире (–), а также типографских кавычек (« »), в случае использования двойных кавычек внешними являются кавычки (« ») «елочки», внутренними – („“) «лапки».

Выравнивание отступа с помощью табуляции и пропусков не допускается. Уплотнение интервалов, набор заголовка в режиме Caps Lock, использование макросов и стилевых оформлений Microsoft Word запрещено.

В тексте статьи ссылки нумеруются в квадратных скобках, где первый номер указывает на источник в списке литературы, последующие – на страницы источника или другие источники, в таком случае номера источников отбиваются знаком (;). Например, [3, с. 65]; [4; 7; 9]; [2, т. 3, с. 41–44]; [1, с. 65; 3, с. 341–351]. Размещение в тексте прямых цитат без сносок не допускается. Сноски вниз страницы не выносятся.

При написании фамилий и инициалов используется следующее правило: инициалы печатаются через точку без пробела, инициалы от фамилии отбиваются неразрывным пробелом (Ctrl + Shift + «пробел»). Например, М.А. Крутовой. Согласно стилю оформления научной публикации предпочтительнее сначала указывать инициалы ученого, а затем его фамилию.

В качестве иллюстраций статей принимается не более 4 рисунков. Они должны быть размещены в тексте статьи в соответствии с логикой изложения. В тексте должна иметься ссылка на конкретный рисунок, например, (Рис. 2). Каждый рисунок следует создавать в отдельном файле, а затем вставлять в статью с помощью функции «вставка» с обтеканием текстом. Не допускается выход рисунков за границы текста на поля. Все рисунки должны обеспечивать простое масштабирование с сохранением взаимного расположения всех элементов и внутренних надписей. Не допускается составление рисунка из разрозненных элементов. Запрещены рисунки, имеющие залитые цветом области.

Схемы выполняются с использованием штриховой заливки или в оттенках серого цвета; все элементы схемы (текстовые блоки, стрелки, линии) должны быть сгруппированы. Каждый рисунок должен иметь порядковый номер, название и объяснение значений всех кривых, цифр, букв и прочих условных обозначений. Электронную версию рисунков следует сохранять в форматах jpg, tif.

Каждую таблицу необходимо снабжать порядковым номером и заголовком. Таблицы следует предоставлять в текстовом редакторе Microsoft Word, располагать в тексте статьи в соответствии с логикой изложения. В тексте статьи необходимо давать ссылку на конкретную таблицу, например, (Табл. 2). Все графы в таблицах должны быть озаглавлены. Одновременное использование таблиц и графиков (рисунков) для изложения одних и тех же результатов не допускается. В таблицах допускается использование меньшего кегля, но не менее 10.

Текст научной статьи должен иметь следующую структуру:

1. Индекс УДК (универсальной десятичной классификации публикуемых материалов) выставляется без абзаца.

2. Фамилия, имя и отчество (полностью), ученая степень, звание, должность автора(-ов), название учебного заведения или научной организации, в которой выполняется диссертационное исследование, электронный адрес автора(-ов).

3. Заголовок статьи. Заголовок должен быть информативным и содержать только общепринятые сокращения; набираться строчными буквами жирным шрифтом, без разбиения слов переносами, с выравниванием по центру строки, без абзацного отступа, без точки в конце.

4. Аннотация. Описывает цели и задачи проводимого исследования, а также возможности его практического применения. Аннотация на русском языке помещается в начале статьи, на украинском и английском – в конце. Аннотация должна быть написана от третьего лица и содержать фамилию и инициалы автора(-ов), заголовок статьи, ее краткую характеристику. Рекомендуемый объем аннотации 3–4 предложения; 40–60 слов; 500 знаков. Англоязычная аннотация должна выполняться на профессиональном английском языке.

5. Ключевые слова (5–7 слов / словосочетаний, определяющих предметную область научной статьи) на русском языке (располагаются после аннотации на русском языке), на украинском языке (после аннотации на украинском языке) и английском (размещаются после аннотации на английском языке). В перечне ключевых слов должны быть представлены общенаучные или профильные термины, упорядоченные от наиболее общих к более конкретным.

6. Вводная часть статьи, постановка проблемы, цель статьи, представление новизны излагаемых в статье материалов.

7. Данные о методике проводимого исследования.

8. Экспериментальная часть, анализ, обобщение, описание и объяснение полученных данных. По объему – занимает центральное место в статье.

9. Выводы и рекомендации, перспективы развития поставленной проблемы.

10. Список литературы, представленный в алфавитном порядке в виде нумерованного списка. В статье рекомендуется использовать не более 10 литературных источников. Заголовок «Список литературы» набирается

строчными буквами, с выравниванием по центру строки, без абзацного отступа, без точки в конце и ниже с выравниванием по ширине приводится пристатейный нумерованный список литературы. Фамилии и инициалы авторов набираются полужирным шрифтом, библиографическое описание источника обычным.

Каждый новый структурный элемент статьи не нужно нумеровать, выделять, называть. Изложение материала статьи должно быть последовательным, логически завершенным, с четкими формулировками, исключая двойное толкование или неправильное понимание информации. Оформление текста должно соответствовать литературным нормам, быть лаконичным, тщательно выверенным.

К публикации принимаются научные статьи, выполненные в строгом соответствии с техническими требованиями к оформлению статей и других авторских материалов. Текстовые принципы построения научной статьи могут варьироваться в зависимости от тематики и особенностей проводимого исследования. Материалы, не отвечающие основным предъявляемым требованиям, к рассмотрению не принимаются. Рукописи статей, сопроводительные документы как опубликованных, так и отклоненных авторских материалов авторам не возвращаются.

Авторы научных статей несут всю полноту ответственности за достоверность сведений, авторскую принадлежность представленного материала, точность цитирования и ссылок на официальные документы и другие источники, приведенные инициальные сокращения.

Редакционная коллегия оставляет за собой право отбора присланных материалов, их рецензирования и редактирования без изменения научного содержания авторского варианта. Принятые к публикации научные статьи включаются в очередной номер журнала в порядке поступления.

Редакция не принимает к публикации статьи, опубликованные ранее в других изданиях. Публикация статьи в сборнике не исключает ее последующего переиздания, однако, в таком случае необходимо приводить ссылку на «Вестник Луганского государственного педагогического университета» как на первоисточник.

После выхода в свет печатной версии научного сборника, его полнотекстовые электронные копии размещаются в базе данных Научной библиотеки, а также на официальном сайте Луганского государственного педагогического университета в формате pdf. Электронные материалы могут копироваться по электронным сетям и распечатываться авторами для индивидуального пользования с указанием выходных данных сборника.

Согласие автора на публикацию статьи, данное в заявке, рассматривается и принимается редакцией сборника как его согласие на размещение предоставленных авторских материалов в свободном электронном доступе.

В заявке авторы должны подать следующую информацию:

1	Полное название статьи	
	<i>Заполняется каждым автором</i>	
	ФИО (полностью)	
2	Учёная степень, звание	
3	Название организации (вуз, кафедра, лаборатория, отдел), которую представляет автор (в именительном падеже), должность	
4	Страна, город	
5	Контактный номер телефона	
6	Почтовый адрес, индекс	
7	Адрес электронной почты	
8	Авторское согласие на печать и размещение рукописи в электронных базах свободного доступа	Подпись автора

Редакция Вестника Луганского государственного педагогического университета

Научное издание

Коллектив авторов

ВЕСТНИК

ЛУГАНСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО ПЕДАГОГИЧЕСКОГО УНИВЕРСИТЕТА

Сборник научных трудов

Серия 3

Филологические науки. Медиакommunikации

Главный редактор – *Л.Н. Синельникова*
Выпускающий редактор – *Г.Г. Калинина*
Редактор серии – *А.А. Новикова*
Корректор – *О.И. Письменская*
Компьютерная верстка – *Р.В. Жила*

Подписано в печать 31.03.2022. Бумага офсетная. Гарнитура Times New Roman.
Печать ризографическая. Формат 70×100 1/16. Усл. печ. л. 7.48
Тираж 19 экз. Заказ № 31.

Издатель

ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ»

«Книга»

ул. Оборонная, 2, г. Луганск, 91011. Тел. : (0642)58-03-20
e-mail: knitaizd@mail.ru