СТУДЕНЧЕСКОЕ НАУЧНОЕ ОБЩЕСТВО ДОННУ

ISSN 2522-4824

ВЕСТНИК СНО

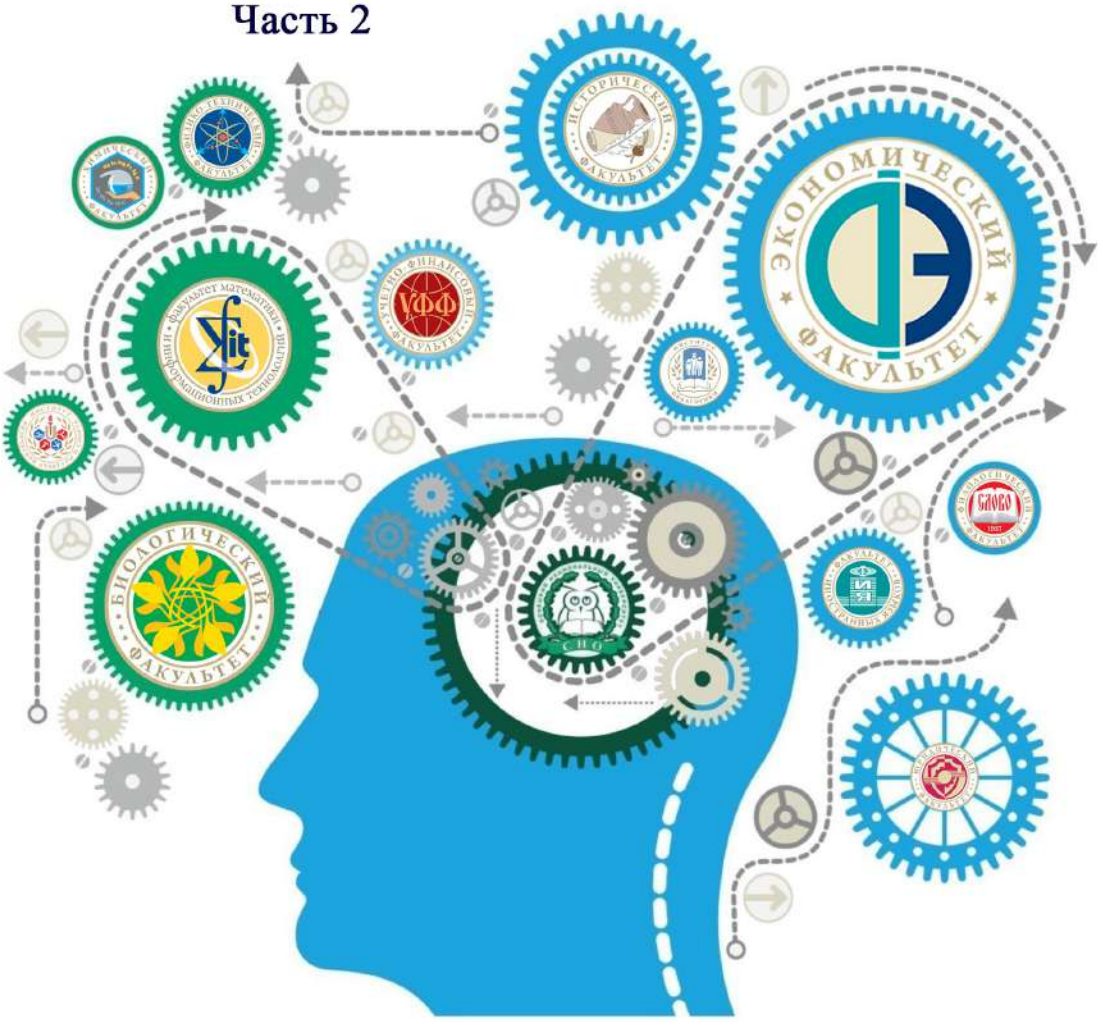
ВЫПУСК 17

ТОМ 2:

Социально-гуманитарные науки

Филология

Часть 2



Донецк 2025

ISSN 2522-4824

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
СТУДЕНЧЕСКОЕ НАУЧНОЕ ОБЩЕСТВО

ВЕСТНИК

СТУДЕНЧЕСКОГО НАУЧНОГО ОБЩЕСТВА
ГОУ ВПО «ДОННУ»

ВЫПУСК 17

ТОМ 2

Социально-гуманитарные науки
(Филология)

Часть 2

Донецк – 2025

ББК У.я52
УДК 378:33(05)

Вестник студенческого научного общества ГОУ ВПО «ДОННУ». – Донецк: ДонГУ, 2025. – Вып. 17, том 2: *Социально-гуманитарные науки (Филология), часть 2. – 289 с.*

Редакционная коллегия
Вестника студенческого научного общества
ГОУ ВПО «ДОННУ»

Главный редактор – *Белый А.В., канд. хим. наук, доцент, проректор*
Зам. главного редактора – *Плаксина М.М.,* председатель Совета СНО
Ответственный секретарь – ***Самарева Т.Н.***
Технический редактор – ***Дегтярева А.А.***

Члены редакционной коллегии:
Бурляй А.С., старший преподаватель
Войтенко Е.Ю., канд. филол. наук, доцент
Воробьева Ю.С., старший преподаватель
Разумный В.В., канд. ист. наук, доцент
Ручица Т.С., старший преподаватель
Сафонов А.И., канд. биол. наук, доцент
Третьяков И.А., канд. тех. наук, доцент
Финкина А.П., старший преподаватель
Химченко А.Н., канд. экон. наук, доцент
Щепин Н.Н., канд. физ.-мат. наук, доцент
Щепина Н.Д., канд. хим. наук, доцент

В семнадцатом выпуске ежегодного сборника (в 4 томах) опубликованы результаты научных исследований студентов ФГБОУ ВО «ДонГУ» в области естественных (том 1), социально-гуманитарных (том 2 в 3-х частях), экономических (том 3) и юридических наук (том 4). Работы печатаются в авторской редакции, максимально снижено вмешательство в структуру отобранных материалов. *Ответственность за содержание статей, аутентичность цитат, правильность фактов и ссылок несут авторы статей*. Редакционная коллегия не несет ответственность за достоверность информации, представленной в рукописях, и оставляет за собой право не разделять взгляды некоторых авторов на те или иные вопросы.

Вестник СНО включен в Аналитическую базу данных «Российский индекс научного цитирования» (РИНЦ), номер договара № 452-11/2018.

Адрес редакции:
283001, г. Донецк, пр-т Гурова, 14, гл. корпус ДонГУ, к. 215;
Тел.:+7 (856) 302-92-26;
E-mail: sovet_sno@donnu.ru
URL: http://donnu.ru/science/sno

Печатается по решению Ученого совета
ФГБОУ ВО «ДонГУ»
протокол № 4 от 17.04.2025 г.

© ФГБОУ ВО «ДонГУ», 2025

Содержание

РУССКАЯ ФИЛОЛОГИЯ

Бельков Д.А. ГОТИЧЕСКАЯ ЭСТЕТИКА В ПОВЕСТИ Н.В. ГОГОЛЯ «СТРАШНАЯ МЕСТЬ» 6
Гарбузова А.С. ВЫВОДЯ НА СВЕТ (ПО РОМАНУ Е. ЗВОНЦОВОЙ «ТЕОРИЯ БЕСКОНЕЧНЫХ ОБЕЗЬЯН») 12
Говорущенко Е. С. ЧАСТОТНО-СИНТАКСИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ПЕРИОДИЧЕСКИХ ИЗДАНИЙ ДОНБАССА (НА МАТЕРИАЛЕ ГАЗЕТЫ «ДОНЕЦК ВЕЧЕРНИЙ») 16
Головко А.В. ТЕХНОЛОГИЯ КООПЕРАТИВНОГО ОБУЧЕНИЯ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ КОРНИ И ПРИЗНАКИ 22
Дунаевская Е.В. ЖАНРОВОЕ СВОЕОБРАЗИЕ ТРАГЕДИИ А. СУМАРОКОВА «ДИМИТРИЙ САМОЗВАНЕЦ» 27
Елисеев Н.А. СОВРЕМЕННЫЕ ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ КАК МОТИВАЦИЯ ИЗУЧЕНИЯ ЛИНГВИСТИЧЕСКИХ ДИСЦИПЛИН В ВУЗЕ 32
Животченко Н.П. КОММУНИКАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ТЕЛЕГРАМ-КАНАЛОВ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПОЛИТИЧЕСКИХ АКТОРОВ 38
Кобзарь Н.С. «ВНИМАНИЕ! АВТОР СРЕДИ ВАС». ПОЗИЦИЯ АВТОРА В КАРТОТЕЧНЫХ ТЕКСТАХ Л.С. РУБИНШТЕЙНА 43
Костылев Б. А. ВЛИЯНИЕ РАЗЛИЧНЫХ ЯЗЫКОВ НА АРТЛАНГИ ДЖ.Р.Р. ТОЛКИНА 47
Круглякова Е. Д. ОСОБЕННОСТИ СЕМАНТИКИ И ПЕРЕВОДА РУССКИХ ЛЕКСЕМ С ЧИСЛОВЫМ ЗНАЧЕНИЕМ И ИНТЕНСИФИКАТОРОВ 52
Кудряшов И.В. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МАНИПУЛЯЦИОННЫХ ПРИЁМОВ И МЕТОДОВ ПРОПАГАНДЫ СОВРЕМЕННЫМИ СМИ В ПЕРИОД ПРОВЕДЕНИЯ СВО В ДОНБАССЕ 57
Лапина Н. А ЧАСТОТНО-СИНТАКСИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ПЕРИОДИЧЕСКИХ ИЗДАНИЙ ДОНБАССА (НА МАТЕРИАЛЕ ГАЗЕТЫ «КОМСОМОЛЬСКАЯ ПРАВДА»). 63
Мороз А.Ю. POS-МАТЕРИАЛЫ КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ СПОСОБ ПРОДВИЖЕНИЯ И СТИМУЛИРОВАНИЯ ИМПУЛЬСИВНЫХ ПОКУПОК 68
Небосенко С.Б. СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В РЕКЛАМНОЙ ИНДУСТРИИ И PR: ЭВОЛЮЦИЯ И ТЕНДЕНЦИИ 73
Остахова П.А. ГОГОЛЕВСКИЕ «РЕФЛЕКСЫ» В ПОВЕСТИ А.К. ТОЛСТОГО «УПЫРЬ» 78
Павленко Э. Н. АНАЛИЗ РЫНКА КРОСС-МЕДИЙНЫХ РОССИЙСКИХ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ (ПОСЛЕ НОВОСТИ О ЗАПРЕТЕ YOUTUBE) 85
Ромашова А.А. СПЕЦИФИКА СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ, ПОСВЯЩЕННОЙ ВОЕННОЙ СЛУЖБЕ ПО КОНТРАКТУ В РФ 90
Сахарова О.Б. РОЛЬ ЭКФРАСИСА В «ПИСЬМАХ РУССКОГО ПУТЕШЕСТВЕННИКА» Н.М. КАРАМЗИНА 95
Ткаченко Д.С. ЖАНРОВЫЕ РАЗНОВИДНОСТИ ПОВЕСТИ В ТВОРЧЕСТВЕ Н.М. КАРАМЗИНА 99
Троценко Е.И. СИМВОЛИЗМ И МЕТАФОРА В СОВРЕМЕННОЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ФОТОЖУРНАЛИСТИКЕ НА ПРИМЕРЕ РАБОТ ДЕНИСА ГРИГОРЮКА 104
Юрчук К.А. СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ЯЗЫКОВОЙ ЛИЧНОСТИ И РЕЧЕВОГО ПОВЕДЕНИЯ МУЖЧИН И ЖЕНЩИН 110
Яланский А. А. ОСОБЕННОСТИ СЕМАНТИКИ РУССКОГО ГЛАГОЛА ЗАЩИЩАТЬ В КОНТЕКСТЕ ЯЗЫКОВОЙ КАРТИНЫ МИРА 114
Ярема А. В. ЭВОЛЮЦИЯ ЖАНРА ЭЛЕГИИ В РУССКОЙ ЛИТЕРАТУРЕ XIII В. (НА МАТЕРИАЛЕ ТВОРЧЕСТВА А. П. СУМАРОКОВА И Н. М. КАРАМЗИНА) 119

ЗАРУБЕЖНАЯ ФИЛОЛОГИЯ

Аллахвердян А.А. СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ УСТОЙЧИВЫХ ВЫРАЖЕНИЙ С КОМПОНЕНТОМ-КОЛОРОНИМОМ В АНГЛИЙСКОМ И РУССКОМ ЯЗЫКАХ 125
Аргатюк А.О.ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИЕ ЕДИНИЦЫ С ЧИСЛОВЫМ КОМПОНЕНТОМ В НЕМЕЦКОМ ЯЗЫКЕ 131
Афонькина А. С. СТИХОТВОРЕНИЕ У. БЛЕЙКА “A POISON TREE” В РУССКИХ ПЕРЕВОДАХ 136
Ачкасова В.О. СПОСОБЫ ПЕРЕВОДА НЕМЕЦКИХ ЛЕКСЕМ, ОБОЗНАЧАЮЩИХ ВНЕШНОСТЬ ЧЕЛОВЕКА, НА РУССКИЙ ЯЗЫК 142
Башилова В.А. СЕМАНТИЧЕСКИЕ ПУТИ ФОРМИРОВАНИЯ АМЕРИКАНСКИХ ЛЕКСИЧЕСКИХ НЕОЛОГИЗМОВ И ОСОБЕННОСТИ ИХ ПЕРЕВОДА 147
Бондарь Е.Р. СЕМАНТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ВОЕННОЙ ТЕРМИНОЛОГИИ В АНГЛИЙСКОМ И РУССКОМ ЯЗЫКАХ (НА МАТЕРИАЛЕ ТЕКСТОВ СМИ) 153

Вундер А. Э. СИНТАКСИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ТЕКСТОВ ТУРИСТИЧЕСКОЙ РЕКЛАМЫ В НЕМЕЦКОМ, АНГЛИЙСКОМ И РУССКОМ ЯЗЫКАХ 160
Вышинская А.В. ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧЕСКОЕ ПОЛЕ «МОДА» ВО ФРАНЦУЗСКОМ ЯЗЫКЕ (ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ) 166
Гатикоева М.Г. ОСОБЕННОСТИ СЕМАНТИКИ УСТОЙЧИВЫХ ВЫРАЖЕНИЙ СО ЗНАЧЕНИЕМ «ДЕНЬГИ, БОГАТСТВО» В АНГЛИЙСКОМ И РУССКОМ ЯЗЫКАХ 172
Губская В. С. ПРОДУКТИВНЫЕ МОДЕЛИ ОБРАЗОВАНИЯ ОЦЕНОЧНЫХ НЕОЛОГИЗМОВ ВО ФРАНЦУЗСКОМ И АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКАХ: ПРЕФИКСАЛЬНАЯ ДЕРИВАЦИЯ 179
Заякина В.В. СЕМАНТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ С КОМПОНЕНТОМ-ФИТОНИМОМ DIE ROSE/ROSE/РОЗА В НЕМЕЦКОМ, АНГЛИЙСКОМ И РУССКОМ ЯЗЫКАХ 186
Зубова А. С. ЛЕКСИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА РЕАЛИЗАЦИИ АГРЕССИИ В АМЕРИКАНСКОМ ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ XXI СТ. 191
Заякина В. В. СЕМАНТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ С КОМПОНЕНТОМ-ФИТОНИМОМ DIE ROSE/ROSE/РОЗА В НЕМЕЦКОМ, АНГЛИЙСКОМ И РУССКОМ ЯЗЫКАХ 196
Коляда А. АНИМАЛИСТИЧЕСКИЕ ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИЕ И ПАРЕМИЙНЫЕ ЕДИНИЦЫ В НЕМЕЦКОМ И РУССКОМ ЯЗЫКАХ 201
Камышева Д.Д. ОСОБЕННОСТИ АССИМИЛЯЦИИ РУССКИХ ЗАИМСТВОВАНИЙ В АНГЛИЙСКОМ И НЕМЕЦКОМ ЯЗЫКАХ 205
Курило И. Д.О СПЕЦИФИКЕ ПРЕФИКСАЛЬНЫХ И СУФФИКСАЛЬНЫХ МОДЕЛЕЙ ТЕРМИНООБРАЗОВАНИЯ (НА МАТЕРИАЛЕ МЕДИЦИНСКИХ ТЕРМИНОВ АНГЛИЙСКОГО И РУССКОГО ЯЗЫКОВ) 209
Лифанова В.Г.СТРУКТУРНО-ГРАММАТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ АНГЛИЙСКИХ ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ СО ЗНАЧЕНИЕМ «ПОВЕДЕНИЕ ЧЕЛОВЕКА» 214
Лысенко П.А. СПОСОБЫ ОБРАЗОВАНИЯ КВАНТИФИКАТОРОВ НЕОПРЕДЕЛЁННОГО МНОЖЕСТВА В НЕМЕЦКОМ ЯЗЫКЕ 219
Милохин Е.И. ГЛАГОЛЫ, ВЫРАЖАЮЩИЕ ПОЛОЖИТЕЛЬНОЕ ОТНОШЕНИЕ В НЕМЕЦКОМ, АНГЛИЙСКОМ И РУССКОМ ЯЗЫКАХ 224
Оленина Е.А. ОСОБЕННОСТИ ЖИВОПИСНОСТИ РОМАНА В. СКОТТА «ЛАММЕРМУРСКАЯ НЕВЕСТА» 230
Острянина А. А. МЕТАФОРА КАК СРЕДСТВО ОБРАЗОВАНИЯ ФИНАНСОВЫХ ТЕРМИНОВ В АНГЛИЙСКОМ И РУССКОМ ЯЗЫКАХ 235
Петрова С. С.СЕМАНТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ГАСТРОНОМИЧЕСКИХ РЕАЛИЙ В НЕМЕЦКОМ И РУССКОМ ЯЗЫКАХ 240
Ребенкова П.А.НЕМЕЦКИЙ ЯЗЫК ИНТЕРНЕТ КОММУНИКАЦИИ КАК РЕЗУЛЬТАТ АНГЛОЯЗЫЧНОГО ВЛИЯНИЯ 246
Селезень Е.А. СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ПРОИЗВЕДЕНИЙ А.П. ЧЕХОВА В ПЕРЕВОДЕ НА НЕМЕЦКИЙ ЯЗЫК 251
Сергеева Е.С. РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ КОНЦЕПТА EAU/ВОДА ВО ФРАНЦУЗСКОМ И РУССКОМ ЯЗЫКАХ В КОНЦЕПТОПОЛЕ «ПРИРОДНЫЕ ВЫЗОВЫ» 257
Солодилова К.А. ТРАНСФОРМАЦИЯ ЗНАЧЕНИЙ ПРИ ПЕРЕВОДЕ НАИМЕНОВАНИЙ КИНОФИЛЬМОВ С АНГЛИЙСКОГО И НЕМЕЦКОГО ЯЗЫКОВ НА РУССКИЙ ЯЗЫК 263
Удовиченко Г.Р.ДЖ.Б. ШОУ ПРОТИВ КУЛЬТА ШЕКСПИРА 269
Чернякова О.Д. РЕКУРРЕНТНЫЕ СТРУКТУРЫ КАК ОСНОВА ПОЭТИЧЕСКОГО ТЕКСТА: ТИПОЛОГИЯ И ФУНКЦИИ 274
Шульга В.А.НЕМЕЦКИЕ МЕЖДОМЕТИЯ: СТРУКТУРА, ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ И ПЕРЕВОД 279
Якушкина А.А. КУЛЬТУРНО-МАРКИРОВАННАЯ ЛЕКСИКА ШВЕЙЦАРСКОГО ВАРИАНТА НЕМЕЦКОГО ЯЗЫКА 283

Русская филология

УДК 821.161.1-312.9Гоголь-042.3

ГОТИЧЕСКАЯ ЭСТЕТИКА В ПОВЕСТИ Н.В. ГОГОЛЯ «СТРАШНАЯ МЕСТЬ»

Бельков Д.А.
Научный руководитель: Квашина Л.П., канд.филол.наук, доцент
ФГБОУ ВО «ДонГУ»

Аннотация. В статье анализируется специфика готической традиции в повести Н.В. Гоголя «Страшная месть» через призму типологии «сентиментальной» и «френетической» готики. На основе сравнительного метода исследуется трансформация канонических элементов: хронотопа, родового проклятия, образов героев, конфликта. Выявлено, что Гоголь не заимствует элементы готических романов, но формирует особую эстетическую установку, которая определяет внутренние законы и завершенность художественного целого, что позволяет говорить о готической эстетике в повести.
Ключевые слова: готический роман, готическая традиция, поэтика, эстетика, типологические связи, повесть Н.В. Гоголя «Страшная месть».

Вступление.

Исследования последних лет показывают, что Гоголь еще в юности познакомился с произведениями готической литературы в библиотеке Д.П. Трощинского, которой он активно пользовался: это романы А. Рэдклиф и М.Г. Льюиса [6]. Современные исследователи, например, В.Я. Малкина, также отмечают типологическое сходство гоголевской повести «Страшная месть» с «Замком Отранто» Горация Уолпола [4]. Однако, как отмечает Л.В. Мацапура «Замок Отранто» Г. Уолпола на русском язык был переведен только в 1967 году, а свидетельств о том, что молодой Гоголь свободно читал по-английски, не сохранилось. Кроме того, в работах, посвященных этой проблематике, не уделяется должного внимания нюансам, связанным с деформацией «сентиментальной» модели. Л.В. Мацапура, в свою очередь, акцентирует внимание на влиянии «черной» готики, но не рассматривает конфликт между ее эстетикой и элементами рэдклифианской поэтики [6].

В целом проблема влияния готической литературы на творчество Николая Васильевича Гоголя остается одной из наименее изученных в отечественном литературоведении. Вопрос о том, какие конкретные произведения могли оказать воздействие на формирование художественного мира Гоголя, особенно его ранних повестей, до сих пор остается открытым. Цель статьи – восполнить этот пробел, системно проанализировав влияние готических романов на повесть Н.В. Гоголя «Страшная месть», прояснить специфику готических мотивов, их трансформацию в контексте оригинального художественного мира автора, а также проследить, как в гоголевском произведении сочетаются и трансформируются черты «сентиментальной» и «френетической» готики.

Основная часть.

Готический роман зародился во второй половине XVIII века, сочетая в себе элементы мистики, ужаса и этической драмы. Его основу составляет напряженный конфликт между добром и злом, связанный с вторжением прошлого в настоящее: родовые проклятия, нераскрытые преступления, призраки и тайны, которые разрушают

привычный порядок вещей. Зачастую центральным местом действия является замок или аббатство, перенесенные в чужую для писателя страну. Эти мрачные декорации, наполненные подземельями, склепами и загадочными артефактами, создают атмосферу тревоги, подчеркивая извечное противостояние человека и неведомых сил.

На сегодняшний день в области типологических исследований готического романа доминирует идея В. Дибелиуса, который выделяет два основных типа готического романа: сентиментальный и «френетический» (или же «черная» готика) [См. 5].

Сентиментально-готический роман, представленный такими авторами, как А. Рэдклиф и К. Рив, фокусирует внимание на рациональном осмыслении таинственного. Здесь сверхъестественные элементы – будь то загадочные звуки, «призраки» или зловещие предзнаменования – в финале получают логическое объяснение: стоны оказываются ветром, а привидения – людьми в белых одеждах. Сюжет строится вокруг конфликта мести, где добродетельные герои, часто наследники несправедливо отнятых владений, противостоят однозначным злодеям. Персонажам не свойственна нравственная амбивалентность: герои безупречны, злодеи порочны, а их наказание становится торжеством морали. Финал неизменно оптимистичен – справедливость восстанавливается, влюбленные соединяются, а замок возвращается законным владельцам. Эта разновидность готики, тесно связанная с просветительскими традициями, даже погружая читателя в атмосферу тревоги, сохраняет дидактизм и веру в разум.

«Черный» готический роман, напротив, отвергает рациональность. В произведениях М.Г. Льюиса, Ч.Р. Метьюрина или У. Бекфорда сверхъестественное – не иллюзия, а составляющая реальности: призраки являются без объяснений, договоры с дьяволом заключаются буквально, а родовые проклятия определяют судьбы героев. Конфликт здесь смещается от мести к экзистенциальной борьбе добра и зла, где персонажи – жертвы высших сил или собственных грехов – балансируют между благородством и порочностью. Монах Амбросио из романа Льюиса, поддавшийся искушению, или Мельмот, обреченный на вечные скитания, воплощают трагическую амбивалентность. Натуралистичные описания физических ужасов – пыток, разложения, мучительных смертей – усиливают ощущение безысходности. Финал часто остается открытым или завершается катастрофой, подчеркивая хрупкость человеческой морали перед лицом иррационального [См. 5].

Важный аспект исследования связи «Страшной мести» с готическим «каноном» – анализ хронотопа: присутствие замка как обязательного атрибута готического романа. Согласно М.М. Бахтину, замок в готическом романе – это «пространство, насыщенное временем исторического прошлого» [1, с. 395]. Но в рамках гоголевской повести связующее прошлое и настоящее родовое проклятие напрямую не связано с замком. Однако замок также можно рассматривать как составляющую характеристики образа колдуна, отражающую чужеродность злодея. На протяжении всей повести подчеркивается, что колдун – «чужой»; на это указывает его поведение, его привычки, вещи и окружение. Он не смеется со всеми: «Живет около месяца, и хоть бы раз развеселился, как добрый козак!» [2, с. 253]. Вместо водки пьет какую-то черную воду: «Одну лемишку с молоком ел старый отец, и потянул вместо водки из фляжки, бывшей у него в пазухе, какую-то черную воду» [2, с. 255]. Не ест свинину: «"Я не люблю свинины!" – сказал Катеринин отец, выгребая ложкою капусту. "Для чего же не любить свинины?" – сказал Данило. "Одни турки и жиды не едят свинины"» [2, с. 255]. А в его жилище висит странное оружие: «Такого не носят ни турки, ни крымцы, ни ляхи, ни християне, ни славный народ шведский» [2, с. 257]. Поэтому то, что колдун, «сговорившийся с врагами православной русской земли» и «продавший католикам

украинский народ» живет в подобном, чуждом «доброму козаку» месте, не является чем-то удивительным.

Составляющей образа чужеродности и неестественности является и тяга колдуна к кровосмешению. Этот мотив сближает его с героем романа «Монах», но в отличие от Колдуна, у Амбросио это происходит неосознанно. Еще одна черта, сближающая колдуна с другими готическими злодеями, – магнетический, инфернальный взгляд: «посмотри, как я поглядываю очами! Тут навел он на меня огненные очи, я вскрикнула и пробудилась» [2, с. 253].

Но колдун в «Страшной мести» – это скорее персонифицированное зло, «такой злодей, какого еще и не бывало на свете», в нем не осталось ничего человеческого. В отличие от злодеев «сентиментальных» романов, он лишен какой-либо цели. Например, Монтони в «Тайнах Удольфского замка» А. Рэдклиф совершает преступления из корысти. Образ колдуна также лишен внутренней рефлексии, характерной для героев «черной» готики, таких как Амбросио. Если у М.Г. Льюиса падение монаха мотивировано гордыней и искушением, то колдун Гоголя – злодей по природе, по своей сути. В этом же и его отличие от Мельмота Ч.Р. Метьюрина, чья судьба предопределена договором с дьяволом. Однако, в отличие от него, колдун не заключает сознательного договора.

Противостоят же ему Катерина и Данило, которые отчасти соотносятся с канонами «сентиментальной» готики. Образ Катерины, на первый взгляд, соответствует архетипу «сентиментальной» готической героини: она невинна, страдает от тирании отца-колдуна и становится объектом его порочных желаний. Однако Гоголь усложняет схему. Ее сны – не просто предупреждения, как у Эмилии из «Тайн Удольфского замка» А. Рэдклиф, а вторжение потустороннего в реальность. В отличие от героинь А. Рэдклиф, Катерине не удается победить злодея, и она погибает. Данило формально соответствует роли «готического героя»-защитника, но его попытки противостоять колдуну тщетны, в отличие от, например, Валанкура у А. Рэдклиф, который разоблачает Монтони, спасает Эмилию и восстанавливает порядок. Эта несостоятельность контрастирует с торжеством добродетели в финале «сентиментальных» готических романов.

У Гоголя героем, который наказывает злодея, является Иван, ставший вечным всадником. Но его месть не разрешает конфликт и не восстанавливает порядок. Он не спаситель, а проклятый исполнитель воли высших сил, и его месть лишена катарсиса. Ведь он сам был наказан за то, что просил бога сделать так, чтобы все потомство Петра не имело на земле счастья. Бог, однако, в своем суде не присоединяется полностью ни к одной из сторон – ни к пострадавшему, ни к обидчику. Высшее решение непредсказуемо и надлично. Оно воздает каждому свое – и истцу, и ответчику, и потомкам последнего, и людям, вообще не причастным к «страшному, в старину случившемуся делу».

Таким образом, Данило и Катерина – не жертвы обстоятельств или личных грехов, как это бывает в готических романах, а часть метафизического цикла мести, запущенного высшими силами. Это выводит основной конфликт повести за рамки готического канона.

От традиций как «сентиментальной», так и «черной» готики отличается и описание ужасов и мистики у Гоголя. В романах А. Рэдклиф всему дается рациональное объяснение. Например, в романе «Тайны Удольфского замка» читаем: «Но если бы она решилась повторить опять, то ее страх и иллюзия исчезли бы, как дым – она убедилась бы, что это не труп, а фигура, сделанная из воска» [7, т. 2, с. 202]. У Гоголя же нет однозначного развенчания мистики. Важно отметить, что в своих описаниях Рэдклиф не стремится к натурализму: «Глазам ее представился труп, распростертый на низком ложе, окрашенном багровыми кровяными пятнами, как и пол вокруг. Черты покойника, обезображенные смертью, были страшны, и на лице его зияло несколько сине-багровых ран» [7, т 2, с. 11]. М.Г. Льюис в «Монахе», напротив, не дает рационального объяснения

появлению призраков и другой мистики, а в описаниях стремится к натурализму: «Я держала разложившуюся, кишащую червями мертвую голову! И узнала истлевшие черты монахини, скончавшейся несколько месяцев назад» [3, с. 7]; «они сосали кровь, сочившуюся из ран Амбросио. У него не было сил отгонять их, и они ползали по его язвам, вонзали жала в его плоть, облепляли его всего и ввергали в самые невыносимые мучения. Орлы слетали с вершин, рвали его тело, кривыми клювами извлекли глазные яблоки из глазниц» [3, с. 204].

Гоголь такого натурализма избегает. Мертвецы в повести «высохшие», «борода до пояса», «на пальцах когти длинные, еще длиннее самых пальцев» [2, с. 248], а не кишат червями и источают разложение. Смерть колдуна также описана не так ужасающе, хотя и происходит похожим образом – его, как и Амбросио сбрасывают в пропасть: «Ухватил всадник страшною рукою колдуна и поднял его на воздух. Вмиг умер колдун и открыл после смерти очи. Но уже был мертвец, и глядел, как мертвец. Так страшно не глядит ни живой, ни воскресший. Ворочал он по сторонам мертвыми глазами и увидел поднявшихся мертвецов от Киева, и от земли Галичской, и от Карпата, как две капли воды схожих лицом на него. Бледны, бледны, один другого выше, один другого костистей, стали они вокруг всадника, державшего в руке страшную добычу. Еще раз засмеялся рыцарь и кинул ее в пропасть» [2, с. 278].

В повести Гоголя нет однозначного развенчания мистики. Песнь бандуриста об Иване и Петре по своей функции схожа с традиционной для готических романов вставной новеллой. В «Тайнах Удольфского замка» через вставную новеллу «Сеньора Лаурентини Удольфо» объясняются история замка и мистические явления, происходящие в нем [7, т. 2, с. 198]. Песнь об Иване и Петре можно было бы рассматривать только как объяснение сюжета, раскрытие источника родового проклятия, если бы не последние слова: «И то все так сбылось, как было сказано: и доныне стоит на Карпате на коне дивный рыцарь, и видит, как в бездонном провале грызут мертвецы мертвеца, и чует, как лежащий под землею мертвец растет, гложет в страшных муках свои кости и страшно трясет всю землю...» [2, с. 282]. История о колдуне заканчивается так же: «Слышится часто по Карпату свист, как будто тысяча мельниц шумит колесами на воде. То, в безвыходной пропасти, которой не видал еще ни один человек, страшащийся проходить мимо, мертвецы грызут мертвеца. Нередко бывало по всему миру, что земля тряслась от одного конца до другого; то оттого делается, толкуют грамотные люди, что есть где-то, близ моря, гора, из которой выхватывается пламя и текут горящие реки. Но старики, которые живут и в Венгрии, и в Галичской земле, лучше знают это и говорят: что то хочет подняться выросший в земле великий, великий мертвец и трясет землю» [2, с. 278]. Таким образом, до конца не ясно, когда происходят основные события повести, и тогда их можно рассматривать в рамках мифа, песни бандуриста, финал повести балансирует, оставляя вопрос о природе описанных событий открытым.

В повести отчасти сохраняется характерный хронотоп готического романа, характеризующийся акцентом на взаимосвязи временных пластов: исторического прошлого и родового прошлого героев. Но интересно, что, как уже было указано, замок, служащий жилищем колдуну, не связывает прошлое с настоящим в повести. Для сравнения, в «Тайнах Удольфского замка» Эмилия связана с замком Удольфо через секрет о родстве с маркизой де Вильруа, а Амбросио из «Монаха» связывает с аббатством тайна происхождения.

Выводы.

Подводя итоги, следует отметить, что готическая традиция предполагает использование жесткой инвариантной структуры. У Гоголя мы наблюдаем существенные отступления от готического канона: замок, как «пространство, насыщенное временем исторического прошлого» (М.М. Бахтин), лишен у Гоголя связи с конкретной историей, становясь дополнительной характеристикой чужеродности

злодея. Герои повести не похожи ни на идеальных рэдклифианских, ни на противоречивых персонажей «черной» готики. В готическом романе зло должно быть связано с личными грехами или социальной несправедливостью, конфликт «Страшной мести» лишен личной мотивации: индивидуальность у Гоголя растворяется в родовой вине, а финальное «наказание» злодея не приводит к разрешению конфликта, перенося его в мифологическую плоскость.

Однако, в данном случае, на наш взгляд, стоит говорить не о заимствовании элементов готических романов, а об особом способе развертывания художественного мира, «готическом» способе художественности. М.М. Бахтин называл это «архитектонической формой» [1, с. 20]. В.И. Тюпа, развивая и конкретизируя эту идею, говорит о «модусах художественности», он обосновывает понятие «элегический модус художественности» [8]. На наш взгляд, есть основания творчески расширить это поле. Готическая традиция в гоголевском произведении не может быть сведена ни к отдельным элементам поэтики, ни только к пафосу. Она проявляется в авторской позиции, особой эстетической установке читателя, типе герое, сюжетной структуре, единой системе ценностей, а не только в творческой эмоциональности автора. Это эстетическая установка, которая определяет внутренние законы и художественную завершенность художественного целого и создается за счет организующих мир повести элементов готической поэтики: ключевых мотивов (мрачное жилище, окруженное непроходимым лесом, родовое проклятие, истоки которого уходят в далекое прошлое); системы образов (мертвецы, встающие из могил, злодей с инфернальным взглядом, которому противостоят невинная девушка и герой-защитник), сложной организации сюжета с вставными элементами (песня бандуриста, раскрывающая тайну родового проклятия), все это типично для готических романов.

Анализ повести «Страшная месть» в этом аспекте позволяет глубже понять художественное своеобразие произведения, особенности гоголевского стиля, выявить для рассмотрения особую готическую эстетику, выраженную в том, что Гоголь не репродуцирует готическую поэтику, но очевидно вовлекает ее в творческий процесс, создавая таинственный мир эпического предания.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бахтин М.М. Вопросы литературы и эстетики: Исследования разных лет / М. М. Бахтин. – М.: Худож. лит., 1975. – 502 с.
2. Гоголь Н. В. Страшная месть // Полн. собр. соч.: В 14 т. / АН СССР; Ин-т рус, лит. (Пушкин. Дом). – М.; Л.: Изд-во АН СССР, 1937–1952. – Т. 1. Ганц Кюхельгартен. Вечера на хуторе близ Диканьки / Н.В. Гоголь. – 1940. – С. 244–282.
3. Льюис М.Г. Монах / М.Г. Льюис; пер. с англ. И. Гуровой. – СПб.: Азбука, Азбука-Аттикус, 2012. – 448 с.
4. Малкина В.Я. «Страшная месть» и «Замок Отранто» Г. Уолпола / В.Я. Малкина // Готическая традиция в русской литературе / под ред. Н.Д. Тамарченко. – М.: РГГУ, 2008. – С. 106-115.
5. Малкина В.Я. «Канон» готического романа и его разновидности / В.Я. Малкина, А.А. Полякова // Готическая традиция в русской литературе. – М.: РГГУ, 2008. – С. 15–32.
6. Мацапура Л.В. Повесть Н. В. Гоголя «Страшная месть» и роман М.Г. Льюиса «Монах»: типологический аспект / Л.В. Мацапура // Наукові записки Харківського національного педагогічного університету ім. Г.С. Сковороди. Сер.: Літературознавство. – 2012. – Вип. 3 (1). – С. 107–114.
7. Рэдклиф А. Тайны Удольфского замка: В 2 т. / А. Рэдклиф. – М.: АМЕХ Лорис, 1993. – Т. 1–2.
8. Тюпа В.И. Художественность / В.И. Тюпа // Введение в литературоведение Литературное произведение основные понятия и термины – М, 1999 – С. 469.

\

GOTHIC AESTHETICS IN NIKOLAI GOGOL'S "A TERRIBLE VENGENCE"

Annotation. The article analyzes the specifics of the gothic tradition in Nikolai Gogol's tale "A Terrible Vengence" through the lens of "sentimental" and "frenetic" gothic typology. Using a comparative method, the transformation of canonical elements such as chronotope, familial curse, character imagery, and conflict is examined. It is revealed that Gogol does not merely borrow elements from gothic novels but unfolds the artistic world in a unique manner, allowing for the discussion of gothic aesthetics in the tale.
Keywords: gothic novel, gothic tradition, poetics, typological connections, aesthetics, Nikolai Gogol's tale "A Terrible Vengence".

Belkov D.A.
Scientific adviser: Kvashina L.P. Ph.D., associate professor Donetsk
State University
E-mail: belkovdima2000@gmail.com

УДК 82-31

ВЫВОДЯ НА СВЕТ (ПО РОМАНУ Е. ЗВОНЦОВОЙ «ТЕОРИЯ БЕСКОНЕЧНЫХ ОБЕЗЬЯН»)

Гарбузова А.С.
Научный руководитель: Кораблев А.А., д-р илол. наук, профессор
ФГБОУ ВО "ДонГУ"

Аннотация: В статье рассматривается классификация писателей и рефлексия писательского творчества, изложенные в романе "Теория бесконечных обезьян" Е. Звонцовой. Проанализированы такие типы писателей, как "травматик", "невротик", "потеряшка", "тот, который в пути". Сделан вывод, что противопоставление писателей и просветленных монахов создано по принципу разницы целей: первые выводят на свет читателей, вторые сами пребывают в духовном просветлении.
Ключевые слова: классификация писателей, творчество, герой, автор, возможный мир.

В современной русской литературе не так много книг, где писательское творчество становится предметом рефлексии. Книга "Теория бесконечных обезьян" Е. Звонцовой именно такова. «Взять тибетских монахов… сколько среди них просветленных, да? Но почти никто почему-то не пишет художественную прозу. Пишут её тоскующие травматики. Неудачники. Потеряшки. И те, кто ещё в пути» [2, с. 78] – рассуждает о создателях историй героиня книги писательница Варвара Перова. Почему написание художественной прозы – участь не просветленных монахов, а внешне «неуспешных» людей? Кем по этой классификации является сама Варвара? Являются ли эти фразы ключом к пониманию героями книги самого творчества? В данной статьей мы предложим характеристику названным в цитате типам, попытаемся найти в романе их представителей и ответим на поставленные вопросы.

Стоит отметить, что Е. Звонцова относит свой роман к жанру магического реализма – в книге "Теория бесконечных обезьян" читателю на выбор предложены несколько трактовок сверхъестественных элементов: от объективно существующих до следствия пограничного состояния героев. Любая из них имеет право на существование и исследование вне зависимости от позиции писательницы. Кроме того, вспомним формулу Ф, Шлейермахера, которая описывает задачу герменевтики: "понимать речь сначала наравне с автором, а потом и превзойти его" [8, с. 64]. Писатель может по-разному оценивать правильность мысли героев, осуждать или хвалить, соглашаться или спорить с ними вне текста, но в тексте персонажи парадоксально сильнее автора. Хотя Е. Звонцовой не откликаются мысли её героев, для созданного ей художественного мира они являются вполне актуальными.

Вернемся к цитате. Тибетские монахи исповедуют буддизм, целью которого является «<…> освобождение, то есть выход из круговорота сансары и обретение свободы от страданий и страдательности, на которые обрекает сансарическое существование любое живое существо» [7]. Буддийский наставник Джампа Тинлей писал: «<…> одни люди приходили к развитию мудрости посредством очищения негативной кармы, другие – через развитие шаматхи, состояния безмятежности, наступающей в результате полного обуздания ума. А были и третьи ученики, которые были способны к тому, чтобы сразу приступать к развитию высшей мудрости – постижению пустоты» [1]. Отсюда можно вывести условное сопоставление: травматики «очищают карму», неудачники стараются «обуздать ум», потеряшки "постигают пустоту", а те, что в пути, пока и вовсе не пришли к необходимости просветления.

Разница же между монахами и сочинителями – в отношении к реальности. Буддисты отстраняются от жизни, полной страданий, а создатели историй утопают в ней, проживая и жизни своих героев. По меткому выражению Д. Пеннака: «<…> оно [чтение – А.Г.] уводит

нас от реальности, чтобы наполнить реальность смыслом» [8]. Думается, эта формула может быть интерполирована и на создание историй: люди сочиняют их, чтобы лучше понять собственную. Или, как отмечает герой «Теории бесконечных обезьян»: «Каждому из нас нужна легенда о себе, и пора признать: все мы ненадежные рассказчики, не любящие, чтобы нас переубеждали» [2, с. 216]. Буддийские монахи могут достичь просветления, выйти из тьмы на свет, а создатели историй – сами свет во тьме («<…> авторам этим ничего не надо, кроме как помочь кому-то выбраться из тьмы, из которой мы сами не выбрались» [2, с. 78]). У них редко есть что достижимая цель, что ответы, но у них есть те интенции, ценности и травмы, которые всем знакомы.

Ученые дискутируют о том, как определить психологическую травму, и среди определений можно встретить следующие: «тяжелые индивидуальные переживания» «психогенный удар, который характеризуется чрезвычайностью, остротой, неожиданностью, внезапностью, непонятностью и который сопровождается аффективными расстройствами» [5]. Мы определим психотравму как некую ситуацию, которая вредит психологическому здоровью человека, а травматика – как обладателя этой травмы. Тоскующие травматики – это сама Варвара Перова и Джуд Джокер.

Автор Варвара Перова была лишена безусловной родительской любви. Её творчество отчасти попытка заслужить похвалу, получить недополученное в детстве тепло. Ещё девочкой Варвара играла в «игру в себя»: воображала себя кем-то и «проживала» разные приключения. Повзрослев, она «<…> ушла в реальность, но, как оказалось позже, дорогу не забыла. Возможно, миры позвали меня, чтобы… говорить? Воплощаться?» [2, с. 55]. Для неё творческий процесс был «<…> не столько воображение, сколько погружение. Он немного в родстве с медитацией, немного – с осознанными сновидениями и даже со спиритизмом. <…> А сюжеты я… нахожу. Подслушиваю, расшифровываю, что угодно. Мои герои мне… незнакомцы <…> Я люблю их именно за то, что мы разные и не зависим друг от друга» [2, с. 56]. Она считала, что существует некий мир, где обитают все книжные герои. Она – не только травматик, и мы к ней ещё вернёмся.

Такого же метода творения придерживался друг Варвары, психолог и писатель Евгений Джинсов – Джуд Джокер. Его Чайный мир «пришел к нему» со своими героями и законами. Джуд пишет в постах в соцсетях: «Я честно пытался, но те, о ком правда стоит писать, у меня не “придумываются”, и планам не подчиняются. И их друзья, враги, питомцы. Они просто заявляются в голову, иногда вежливо постучав, а иногда влетев верхом друг на друге, держа в руках ведро мороженого или динамита» [2, с. 95]. Его травма сходна с травмой Вари: отсутствие понимания и поддержки близких, возможности поговорить с ними на одном языке. Творчество Джокера – крик во Вселенную, возможность проявить себя со всех сторон, в том числе и с тёмной. В своём Чайном мире он одновременно демиург и трикстер. Джуд играет с героями и читателями, реализуя карнавальное, шутовское начало (не зря он именно «Джокер» – плут, обманщик, фигляр): получая признание, он пытается справиться с травмой отвержения близкими, находя своих по духу людей. Симптоматично, что именно его редактор Павел сравнивает с буддийским монахом – тем, которого запечатлели на снимке с едой из «Бургер Кинга»: Джуд Джокер кажется окружающим очень мудрым, но остается простым «земным» человеком.

С Варварой и Джудом контрастирует «неудачница» Сабина Шведова-Ясминская, Сабрина Кроу. Она пишет так называемый young adult, т.е. книги для подростков, лелеет «нетфликсовские мечтания» и отчаянно хочет писать «по-взрослому», то есть так, чтобы из её книг не вырастали, как из «Графа Монте-Кристо» или «Маленьких женщин». Её творчество пограничено: «Книги у неё интересные. <…> Но они пока слишком поверхностны для “большой” прозы и уже слишком сложны для развлекательной. Переходный возраст: у Сабины как у личности он давно позади, а вот как у автора – в разгаре» [2, с. 87]. Сабрина Кроу чувствует себя неудачницей и ищет похвалы из-за комплексов: «Вечное мамино “Ты можешь лучше, человеческий детёныш” <…> Мамы нет

уже, а слова… они звучат. <…> Порой кажется: я такая самозванка» [2, с. 216]. Её псевдоним, Кроу (англ. “crow”, рус. “ворона”), – тройное указание на её восприятие: она пытается быть «врановой», т.е. ассоциироваться с чем-то магическим у читателей, но выглядит падкой на похвалу, подобно вороне из басни Крылова, а чувствует себя «белой вороной». Н.А. Огнерубов и Е.Б. Карпова пишут: «<…> для невротика характерна подмена своего настоящего реального Я идеализированным образом Я» [7]. Так и Сабрина Кроу не принимает себя, старается быть кем-то другим и создает «<…> узор легенды о девочке-маугли, которая до самого конца бежит за матерью призраком» [2, с. 216]. Она пытается «переиграть» свою неудачливость, которую чувствует с детства.

Под определение «потеряшки» никто из детально выписанных именных героев не подходит. Можно предположить, что это и есть черта «потеряшки» – «теряться», быть в классификации, но быть не названными и не представленными на страницах книги. «Потеряшки», видимо, те, кто «потерялись» что в творчестве (созидали, но остались незамеченными), что в жизни (из-за чего и стали писать), и отсутствие их имён – маркер безымянности в принципе.

Человеком «в пути» является следователь и читатель Варвары Дмитрий Шухарин. Он считает себя нетворческим человеком и не собирается даже записывать пришедший в голову задел на историю, но факт самой задумки относит его к сочинителям. Дмитрий – честный полицейский с хорошим книжным вкусом, но небольшим снобизмом при выборе и оценке книг, пообещавший найти убийцу Варвары. В этих поисках он позволяет себе стать человечнее и мягче к близким, начинает больше ценить своё настоящее и открывает свой литературный потенциал. Задумка своего фантастического мира, где после смерти убийцы оживают его жертвы, – прямое порождение его пути осмысления смерти, попытка примириться как со смертью Варвары, так и с несправедливостью мира и опасностью для безрассудного напарника, которого Дмитрий едва не теряет.

И здесь нужно вернуться к смерти Варвары Перовой. Она особенна тем, что её сюжеты то ли воплощались в реальности, то ли были прочувствованы ею из реальности и перенесены на бумагу. Так, Варвара «выписала» историю о девушке, провалившейся в мир компьютерной игры, что воплотилось в истории Алисы Стрельцовой, которая считала, что побывала в другом мире – и уже в реальности убила свою писательницу за отказ «вернуть» её обратно. И до этого рокового столкновения персонажа и автора Варвара уже встречалась с героем: в момент работы над исторической книгой, она рассказывала, что к ней приходил Иван Грозный. В тот момент редактор Павел, далёкий от непосредственно писательства и различной «хтони», замечал на полу квартиры Варвары Перовой отметины – словно от посоха царя.

Другая представительница «хтони», называющая себя Наташей и являющаяся героям-рассказчикам то ли в помрачении рассудка, то ли в тонких видениях объясняет: «Мир устроен так <…> что все ваши вопли и визги в адрес Вселенной долетают до нас с опозданием, преобразуются и только потом превращаются в нечто, что вы зовете ответом” [2, с. 290]. Она хладнокровно утверждает: «Вы – персонажи. А персонажей убивают не только когда они завершают путь, но и когда они начинают мешать авторам» [2, с. 291]. Т.е., реальность книги «Теория бесконечных обезьян» может представлять из себя мультивселенную со множеством возможных миров, представленных книгами.

Сама идея возможных миров, связанных с литературой, не нова: Л.Н. Лунькова в статье «Возможные миры художественной литературы» упоминает теорию возможных миров ученой-литературоведа М.Л. Райан. Согласно ней нет единого «реального» мира, но есть множество возможных, в т.ч. вымышленных, миров, реальных для их обитателей и, в пограничных ситуациях, для жителей других миров [4]. Это мы и наблюдаем в «Теории бесконечных обезьян»: реальность героев-рассказчиков – чей-то «текст», тексты талантливых авторов – чьи-то реальности, а их наложение трагично.

Варвара своим талантом помешала авторам собственной судьбы и была убита собственной же героиней, настроенной против неё Наташей. Но окончательной писательской смерти Варвары Перовой не происходит: каждый из героев-рассказчиков спасает писательницу по-своему. Варвара погибла физически, но осталась в мыслях своих любимого, друзей, поклонников и в своих историях.

Таким образом, в романе «Теория бесконечных обезьян» мы можем найти рефлексию о творчестве, героев-рассказчиков историй всех типов, выведенных писательницей Варварой Перовой, и пример воплощения теории возможных миров. Создание историй как вечная дорога, задавание правильных вопросов противопоставляется конечному пункту, найденным ответам. «Тоскующие травматики» Варвара Перова и Джуд Джокер получили психотравму или живут в травматичных условиях и творят из желания принятия либо желания «выписать»-«выкричать» травму, невротичная «неудачница» Сабрина Кроу «переигрывает» свою юность и отношения с матерью в творчестве, «потеряшки» остаются незамеченными, следователь Дмитрий, обладающий пока только задумкой, «в пути» как творческом, так и психологическом. Кроме того, автор может быть и Автором с большой буквы, чьи сюжеты отзовутся в возможных вымышленных мирах.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Геше Джампа Тинлей. Буддийская логика. – Дже Цонкапа, 2011. – [Электронный ресурс] – режим доступа: https://royallib.com/read/tinley_dgampa/buddiyskaya_logika.html#61440 (дата обращения: 31.05.2024)
2. Звонцова Е. Теория бесконечных обезьян. – Москва: Popcorn Books, 2022. – 384 с.
3. Лунькова Л.Н. Возможные миру художественной литературы. – Вестник Челябинского государственного университета, 2009. – № 35 (173). – [Электронный ресурс] – режим доступа: https://cyberleninka.ru/article/n/vozmozhnye-miry-hudozhestvennoy-literatury (дата обращения: 06.06.2024)
4. Михеева А.В. Психическая травма в определениях и понятиях современных ученых. – [Электронный ресурс] – режим доступа: https://cyberleninka.ru/article/n/psihicheskaya-travma-v-opredeleniyah-i-ponyatiyah-sovremennyh-uchenyh/viewer (дата обращения: 15.11.2023)
5. Огнерубов Н.А., Карпова Е.Б. Синдром эмоционального выгорания у врачей и студентов медицинских вузов. – [Электронный ресурс] – режим доступа: https://cyberleninka.ru/article/n/sindrom-emotsionalnogo-vygoraniya-u-vrachey-i-studentov-meditsinskih-vuzov (дата обращения: 15.11.2023)
6. Пеннак Д. Как роман. – Самокат, 2016. – [Электронный ресурс] – режим доступа: https://kudrovo.vsevobr.ru/images/articles/2018/biblioteka/novoe/Д.Пеннак%20Как%20роман.pdf (дата обращения: 04.06.2024)
7. Торчинов Е.А. Введению в буддологию. – Академический проект, 2015. – [Электронный ресурс] – режим доступа: https://vk.com/doc35528094_474336303?hash=R4qUgmnNjelYwW45PuWiKEyVnlmqzTBlHbrKQAvjVH4&dl=F5zl5EyU1zORCbyO8fb8hUvagDZko6eR2k3fpolFIKD (дата обращения: 02.06.2024)
8. Шлейермахер Ф. Герменевтика. – СПб.: Европейский Дом, 2004. – 242 с.

BRINGING IT OUT INTO THE LIGHT (BASED ON E. ZVONTSOVA'S NOVEL "THE THEORY OF INFINITE MONKEYS")

Annotation: The article examines the classification of writers and the reflection of literary creativity, set forth in the novel “The Theory of Infinite Monkeys” by E. Zvontsova. Such types of writers as “traumatic”, “neurotic”, “lost”, “the one who is on the way” are analyzed. It is concluded that the contrast between writers and enlightened monks is based on the principle of a difference in goals: the former bring readers to light, the latter themselves are in spiritual enlightenment.
Keywords: classification of writers, creativity, hero, author, a possible world.

Garbuzova A.S.
Scientific adviser: Korablev A.A., Ph D., associate professor
Donetsk State University
E-mail: annitari777@gmail.com

УДК 81' 366:070"ДОНЕЦК ВЕЧЕРНИЙ"(477.62)

ЧАСТОТНО-СИНТАКСИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ПЕРИОДИЧЕСКИХ ИЗДАНИЙ ДОНБАССА (НА МАТЕРИАЛЕ ГАЗЕТЫ «ДОНЕЦК ВЕЧЕРНИЙ»)

Говорущенко Е. С.
Научный руководитель: Могила С. А., старший преподаватель
ФГБОУ ВО «ДонГУ»

Аннотация: В данной статье объектом для исследования частотно-синтаксического анализа текстов стали тексты газеты «Донецк вечерний». Актуальность данной работы обусловлена значимостью анализа текстов периодических изданий, как инструмента исследования языковых тенденций, стилей и социокультурных особенностей региона. Материалом для исследования стали, отобранные методом сплошной выборки из текстов за период: 26.10.2022 - 23.11.2022 г., а именно анализ на материале газеты «Донецк вечерний». При использовании программы частотно-синтаксического анализа текста стало возможным соединять анализ единичного текста с его статистическими характеристиками. Позволило рассматривать текст с другими элементами коммуникативного процесса.

При исследовании газет «Донецк вечерний» выявлены самые частотные типы предложений.

Ключевые слова: частотность, предложения, лингвистика, частотно-синтаксический анализ, статистический анализ.

Введение. Частотно-синтаксический анализ текстов представляет собой важный инструмент в области лингвистических исследований, позволяющий глубже понять структуру и функциональность языка. Этот метод дает возможность выявить частотность употребления различных синтаксических конструкций, что, в свою очередь, позволяет исследовать как общие языковые тенденции, так и особенности использования языка в определённых текстах [1].

С помощью частотно-синтаксического анализа можно не только установить закономерности, характерные для конкретных жанров или стилей, но и определить влияние различных факторов, таких как культурные, социальные и исторические, на развитие языка.

Данная дипломная работа посвящена частотно-синтаксическому анализу текстов периодического издания «Донецк вечерний».

Актуальность данной работы обусловлена значимостью анализа текстов периодических изданий как инструмента исследования языковых тенденций, стилей и социокультурных особенностей региона. Газета «Донецк вечерний», являясь одним из ведущих средств массовой информации Донбасса, предоставляет обширный материал для изучения как языковых, так и синтаксических особенностей. Частотно-синтаксический анализ текстов позволяет выявить наиболее употребительные конструкции, стилистические особенности, а также динамику изменений в языке, что имеет важное значение для понимания современных процессов в региональной прессе.

Объектом исследования выступают тексты периодического издания «Донецк вечерний». Предметом исследования является частотно-синтаксический анализ этих текстов, который включает в себя выявление и описание синтаксических структур, а также их частотности и функции в текстах.

Материалом для исследования стали, отобранные методом сплошной выборки из текстов за период: 26.10.2022 - 23.11.2022 г., а именно анализ на материале газеты «Донецк вечерний».

Цель работы – комплексный анализ частотно-синтаксических характеристик текстов газеты «Донецк вечерний», что позволит определить специфику языкового использования и стилистических особенностей данного периодического издания.

Для достижения поставленной цели в работе решаются следующие **задачи:**

- провести обзор литературы по вопросам частотно-синтаксического анализа и особенностей языковой ситуации в Донбассе;
- определить основные синтаксические конструкции, характерные для текстов газеты «Донецк вечерний»;
- провести частотный анализ выявленных синтаксических структур;
- проанализировать влияние социокультурных факторов на использование тех или иных синтаксических конструкций в текстах;
- сделать выводы о стилистических особенностях и языковых тенденциях, обнаруженных в ходе анализа.

Новизна работы заключаются в комплексном подходе к частотно-синтаксическому анализу, который рассматривает их в контексте социокультурных факторов региона.

Практическое значение данной работы заключается в возможности использования ее результатов как для дальнейшего изучения языковых и социокультурных процессов в Донбассе, так и для применения в практических курсах по синтаксису и стилистике русского языка. Кроме того, результаты исследования могут быть полезны для журналистов и редакторов, работающих в регионе, а также для студентов и преподавателей, интересующихся вопросами анализа текста и языка в медийной среде.

Основная часть. Частотно-синтаксический анализ является важным инструментом в лингвистическом исследовании, который помогает выявить закономерности в употреблении синтаксических структур в тексте, а также проанализировать их частотные характеристики. Это позволяет не только оценить структуру текста, но и выявить его стилистические и функциональные особенности.

Частотно-синтаксический анализ объединяет два важнейших аспекта лингвистики – частотный и синтаксический анализ, которые помогают углубленно исследовать текст. В рамках этого анализа используются различные методы, которые позволяют глубже понять, как функционируют языковые элементы в контексте текста.

Частотно-синтаксический анализ представляет собой метод лингвистического исследования текста, который использует два ключевых подхода: частотный анализ и синтаксический анализ.

Частотность слов – это самый простой и часто используемый вид частотного анализа, в рамках которого подсчитываются повторяющиеся элементы (слова, фразы) в тексте. На основе частотности слов можно выделить ключевые слова, которые являются индикаторами тематики, стиля и жанра текста.

Частотность грамматических конструкций – этот вид частотного анализа направлен на подсчёт повторяющихся грамматических структур. Например, можно изучить, как часто встречаются конструкции с определёнными временными формами (например, использование настоящего времени), или определённые синтаксические структуры, такие как пассивные конструкции или вопросы.

Частотность коллокаций – анализ устойчивых сочетаний слов, которые часто встречаются вместе в определённых контекстах. Коллокации помогают выявить темы текста и типичные выражения для определённых жанров. Это важный аспект для более глубокого анализа стиля и жанровых особенностей текста.

Частотный анализ позволяет выявить центральные элементы текста, выявить наиболее значимые слова и фразы, понять важнейшие темы и скрытые структуры. Этот метод часто используется в корпусной лингвистике и при обработке больших объёмов текста.

Синтаксический анализ занимается разбором структуры предложений, выявлением грамматических отношений между словами и их функциями в предложении. Этот вид анализа позволяет не только понимать, какие элементы предложений используются, но и как они взаимодействуют, образуя синтаксическую структуру текста.

Изучение языка и стиля периодической прессы имеет важное значение для понимания общественного мнения, социального контекста и культурных особенностей региона. Газета как медиаформат отражает как информационные, так и эстетические требования своей аудитории. В данном контексте газета «Донецк вечерний» заслуживает особого внимания благодаря её многолетней истории и роли в местной журналистике.

Исторический контекст и особенности газеты «Донецк вечерний» Газета «Донецк вечерний» была основана в 1973 году и быстро завоевала популярность благодаря своему вниманию к локальным событиям и проблемам. Она издаётся на русском языке и нацелена на широкую аудиторию города Донецка и прилегающих регионов. Газета представляет собой пример регионального периодического издания, которое стремится сохранить баланс между информационной, аналитической и развлекательной функциями.

Языковые средства газеты «Донецк вечерний» отражают её стремление быть понятной и близкой аудитории. Они включают разнообразные лексические, синтаксические и стилистические элементы, которые усиливают информативность и выразительность текстов.

Газета стремится учитывать потребности своих читателей. Это отражается в стиле подачи материалов — от информационного до публицистического с элементами эмоциональной вовлечённости. Внимание к аудитории также проявляется в создании интерактивных рубрик, таких как письма читателей и опросы [2].

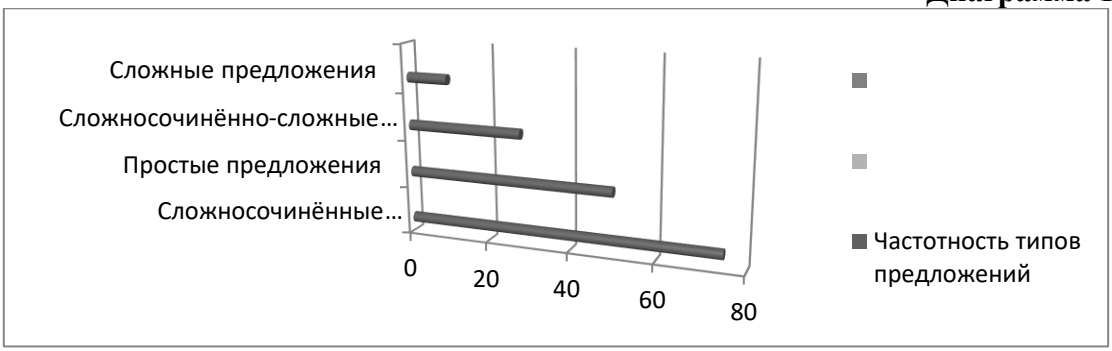
Также, демонстрирует умение адаптироваться к изменяющимся запросам общества, сохраняя при этом свою локальную идентичность [3, 4, 5]. Эти аспекты подтверждают, что язык и стиль «Донецка вечернего» являются отражением его исторического развития, аудитории и общественной значимости.

Исследовательская работа проводилась на материале донецкой газеты «Донецк Вечерний».

Первый номер газеты вышел в свет 1 июля 1973 года. На страницах газеты отражены все происходящие события в Республике. Информация органов самоуправления, актуальные проблемы, новости, зарисовки о людях, жизнь в прифронтовых селах, рекламные объявления – вот лишь краткий перечень того, о чем пишет газета сегодня.

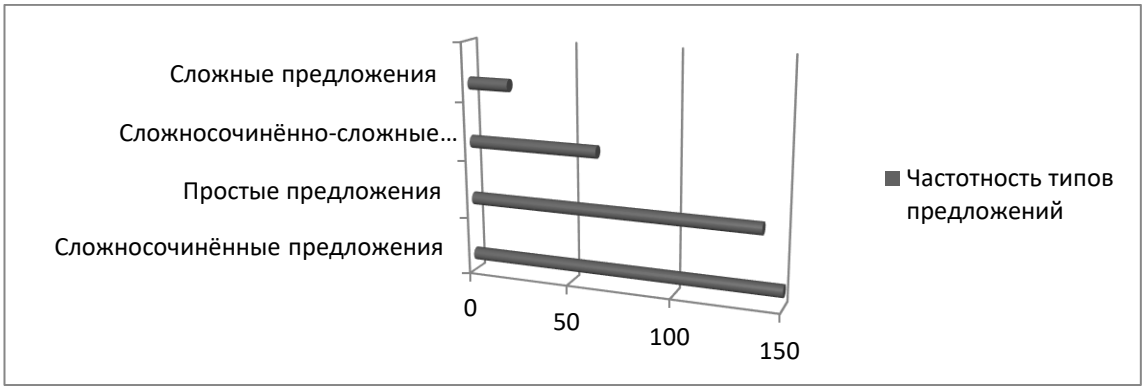
Газета выходит 1 раз в месяц, в четверг, тираж – 20240 тысяч экземпляров. Для исследовательской работы нами взяты 2 газеты: 26.10.2022, 23.11.2022 года. Отсканировав номера газет, перевели изображения документов в программе ABBYY FineReader в редактируемый формат Microsoft Word. Было исследовано и проанализировано 11214 словоформ.

Диаграмма 1.



При исследовании газет от 23.11.2022 «Донецк вечерний», самыми частотными были такие типы предложений: *сложносочинённые предложения, простые предложения.*

Диаграмма 2.



При исследовании газет от 26.10.2022 «Донецк вечерний», самыми частотными были такие типы предложений: *сложносочинённые предложения, простые предложения.*

Использование подсчетов и измерений в лингвистике при изучении языка и речи опирается главным образом на математическую статистику. Это позволило выявить частотность различных типов предложений, а также определить их роль в структуре текстов.

Семантический анализ и учет его результатов делают коммуникативный процесс продуктивным, поскольку создают для аудитории наиболее благоприятные условия понимания текста. Простые предложения способствуют оперативной передаче ключевой информации, а сложные синтаксические структуры помогают углубить содержание и акцентировать внимание на деталях.

Проведённый частотно-синтаксический анализ текстов газеты «Донецк вечерний» позволил выявить следующие ключевые особенности:

1. Частотность простых предложений указывает на стремление к лаконичности и доступности текстов. Простые предложения преобладают в новостных и информационных материалах, где важна быстрая передача ключевых фактов. Это подчёркивает ориентацию издания на широкий круг читателей.

2. Сложносочинённые предложения занимают значительное место в текстах, что свидетельствует о стремлении к детализированному изложению. Эти конструкции используются для логического и последовательного раскрытия тем, особенно в аналитических и обзорных статьях.

3. Сложные предложения встречаются реже, но их использование подчёркивает официальный и формальный стиль, особенно при упоминании законодательных норм или важных указов.

4. Сложносочинённо-сложные предложения характерны для официальных текстов, отражающих сложные взаимосвязи событий. Их наличие подчёркивает аналитический и официальный характер публикаций, что особенно важно в освещении политических и социально значимых тем.

Эти выводы предоставляют важную информацию о структуре и динамике языка, используемого в периодических изданиях, что может быть полезным для лингвистических, стилистических и культурных исследований.

Проведённый частотно-синтаксический анализ текстов газеты «Донецк вечерний» показал, что выбор синтаксических конструкций не случаен и определяется жанровой принадлежностью текстов, их целевой аудиторией и актуальной социально-политической ситуацией.

В целом, можно сказать, что все поставленные задачи были выполнены.

Выводы. Русский язык – одна из самых ценных и одновременно ранимых частей нашей культуры, национального достояния. Он принадлежит к числу наиболее развитых и богатейших языков мира, обладающих древней книжно-письменной традицией. Язык является отражением жизнедеятельности общества, тех процессов, которые происходят в нашей стране. История языка тесно связана с историей народа, и перемены в экономической, политической и культурной жизни неизбежно влияют на его языковые особенности.

Проведённый анализ материалов газеты «Донецк вечерний» показал, что язык периодической печати служит зеркалом современности. Газетный текст отражает социально-политическую действительность, выступая в роли социального инструмента, средства формирования взглядов и управления поведением людей.

Частотно-синтаксический анализ текстов газеты «Донецк вечерний» выявил разнообразие синтаксических конструкций, которые отражают коммуникативные цели издания.

Преобладание простых и сложносочинённых предложений демонстрирует, что газета сочетает два основных стиля: информативный и аналитический. Простые предложения обеспечивают чёткость и доступность для широкой аудитории, тогда как сложносочинённые конструкции способствуют более глубокому пониманию и анализу освещаемых событий.

Простота изложения в новостных текстах ориентирована на максимальное понимание широким кругом читателей, в том числе теми, кто не обладает глубокими знаниями в обсуждаемых вопросах. В то же время использование сложных и сложносочинённо-сложных предложений в аналитических статьях и официальных заявлениях показывает стремление привлечь внимание аудитории, заинтересованной в деталях и контексте происходящего.

Различные типы предложений используются в зависимости от жанра текстов. В новостных заметках преобладают простые конструкции, передающие основные факты. Аналитические материалы и официальные заявления требуют сложных синтаксических структур для построения аргументации, описания взаимосвязей и раскрытия причинно-следственных связей.

Простые и сложносочинённые предложения способствуют логичной и ясной передаче информации, в то время как сложные и сложносочинённо-сложные предложения помогают формировать доверие к тексту, подчёркивая серьёзность и авторитетность издания. Это усиливает воздействие на читателя, побуждая его воспринимать газету как надёжный источник информации.

Газета освещает события, происходящие в условиях социально-политической нестабильности, что определяет выбор синтаксических конструкций. Простые предложения подчёркивают оперативность и важность информации, а сложные структуры помогают дать полный контекст событий и обосновать выводы.

Язык газеты демонстрирует сочетание официального, новостного и аналитического тонов. Это позволяет не только передавать информацию, но и формировать у читателя определённое отношение к происходящему. Официальная тональность подчёркивается сложными конструкциями, тогда как простые предложения способствуют эмоциональной доступности.

Таким образом, синтаксическая структура текстов газеты «Донецк вечерний» отражает её гибкость и универсальность. Это издание сочетает простоту и ясность новостей с глубиной и аналитичностью материалов, что позволяет ему выполнять одновременно информационную, аналитическую и пропагандистскую функции.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Галковская Л. Н. Основы лингвистического анализа текста / Л. Н. Галковская. – Москва: Академия, 2010. – 240 с.
2. Беляева И. А. Языковые особенности региональной прессы / И. А. Беляева. – Москва: РГГУ, 2013. – 13 с.
3. Иванов А. В. История региональной журналистики / А. В. Иванов. – Москва: Изд-во МГУ, 2015. – 26 с.
4. Смирнова Е. П. Газетное дело в постсоветской России / Е. П. Смирнова. – Санкт - Петербург: Наука, 2012. – 98 с.
5. Лазарева Т. А. Особенности жанровой стилистики современной прессы / Т. А. Лазарева. – Екатеринбург: Уральский университет, 2009. – С. 135 – 141.

FREQUENCY AND SYNTACTIC ANALYSIS OF PERIODICALS OF DONBASS (BASED ON THE MATERIAL OF THE DONETSK EVENING NEWSPAPER)

Annotation: In this article, the texts of the Donetsk Evening newspaper became the object for the study of frequency-syntactic analysis of texts. The relevance of this work is due to the importance of analyzing the texts of periodicals as a tool for studying linguistic trends, styles and socio-cultural characteristics of the region. The material for the study was selected using a continuous sampling method from texts for the period: 10/26/2022 - 11/23/2022, namely, an analysis based on the material of the Donetsk Evening newspaper. When using the text frequency analysis program, it became possible to combine the analysis of a single text with its statistical characteristics. It allowed us to consider the text with other elements of the communicative process.
A study of Donetsk Evening newspapers revealed the most frequent types of offers.
Keywords: frequency, sentences, linguistics, frequency-syntactic analysis, statistical analysis.

Govorushchenko E. S.
Scientific adviser: Mogila S. A., S.L.
Donetsk State University
E-mail: elisavetagovorushenko@gmail.com

УДК 81-13:378

ТЕХНОЛОГИЯ КООПЕРАТИВНОГО ОБУЧЕНИЯ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ КОРНИ И ПРИЗНАКИ

Головко А.В.
Научный руководитель: Могила Н.Н., старший преподаватель
ФГБОУ ВО «ДонГУ»

Аннотация. Статья посвящена исследованию теоретических основ и ключевых признаков технологии кооперативного обучения. В работе рассмотрены историко-теоретические корни данной педагогической концепции, а также основные принципы и характеристики, которые отличают кооперативное обучение от других образовательных технологий. В статье выделены основные компоненты кооперативного обучения, такие как совместная деятельность, взаимопомощь и взаимная ответственность.
Ключевые слова: кооперативное обучение, сотрудничество, коллаборативность, теория социальной взаимозависимости, когнитивно-развивающая теория, бихевиоризм, малые группы.

Кооперативное обучение, также называемое совместным или коллаборативным, представляет собой технологию образования, при котором студенты объединяются в небольшие группы для достижения общих учебных целей. Этот подход отличается от индивидуального обучения и пассивного восприятия информации, характерного для традиционных занятий.

В настоящее время процесс образования находится под воздействием идей, разработанных теоретиками общей и педагогической психологии 50–60-х годов XX века, такими как Л.С. Выготский, А.Н. Леонтьев, Д.Б. Эльконин, В.В. Давыдов, Ш.А. Амонашвили и другими. Они также были поддержаны прогрессивными практиками современных школ, такими как А.С. Макаренко и А.В. Сухомлинский, и нашли свое отражение в концепции сотрудничества, которая является одной из ключевых основ учебного процесса. И.А. Зимняя отмечает: «Сотрудничество – это гуманистическая идея совместной развивающей деятельности детей и взрослых, скрепленных взаимопониманием, проникновением в духовный мир друг друга, коллективным анализом хода и результатов этой деятельности… В основе стратегии сотрудничества лежат идеи стимулирования и направления педагогом познавательных интересов учащихся» [1, с. 16-17].

Основы кооперативного обучения восходят к работам Я.А. Коменского, который подчеркивает, что ключ к глубокому пониманию знаний заключается в умении задавать множество вопросов, усваивать информацию и делиться ею с окружающими. Важно также отметить, что процесс обучения включает в себя пересказ всего усвоенного своим товарищам или любому желающему слушать. Значительный опыт применения кооперативного обучения накоплен в образовательных учреждениях США и нашел отражение в ряде исследований американских ученых, включая Д. Джонсона, Р. Джонсона, Р. Славина, Э. Кохен, а также П. Жмак и Р. Жмак.

В российской педагогике, психологии и лингводидактике часто встречается термин *«педагогика сотрудничества»,* а также названия различных форм и методов коллективной и групповой работы, которые по своему смыслу, как утверждают некоторые ученые, близки к понятию *«кооперативное обучение».* На это мы акцентировали внимание в одной из своих работ [2].

К вопросам сотрудничества в разное время обращались такие отечественные ученые, как В.К. Дьяченко, Б. Таль, Е.С. Полат, Е.И. Пассова, Е.Г. Иванова и другие.

На основе проведенного ретроспективного анализа научных и методических источников можно составить ориентировочную хронологическую линию развития

термина «кооперативное обучение / обучение с применением методов сотрудничества» следующим образом (см. табл. 1.).

Таблица 1.

Развитие содержания понятия *«кооперативное обучение»*

Период	**Динамика развития содержания понятия «кооперативное обучение»**
1 период (4 век до н.э. – 1500 г.) Зарождение методов, которые, в дальнейшем, определят основу кооперативного обучения	Образование и становление личности зависят от взаимного стремления как со стороны учителя, так и ученика. Диалектический спор является средством для развития личности, ведя к истине через тщательно сформулированные вопросы наставника (Пифагор, Демокрит, Сократ, Платон). Комплексное развитие и обучение самостоятельной личности происходит в процессе организации совместного обучения воспитанников и формирования духа соперничества (Сенека, Квинтилиан, Авиценна).
2 период (1500 – 1780 гг.) Формируются ценностно-целевые установки кооперативного обучения	- Активность в общении ученика (М. Монтень); - Развитие у учащихся способности к анализу (Р. Декарт) и получению знаний (Ж.Ж. Руссо); - Способность делиться усвоенными знаниями с товарищами или любыми заинтересованными слушателями (Я.А. Коменский); - Понимание общей цели деятельности, значимости общения и стремление к достижению результата.
3 период (1780 - 1950 гг.) Этап становления кооперативного обучения	- Кооперативное обучение используется как в школьном, так и в высшем образовании (Д. Ланкастер и А. Бэлл). - Группа обладает динамическим характером, в котором изменяется степень взаимозависимости (К. Кофка). - Соревновательность рассматривается как один из методов организации кооперативного обучения. - Взаимозависимость участников группы в процессе достижения общей цели (К. Левин). - Социальная взаимозависимость (М. Дойтч). - Принципы сотрудничества и конкуренции (Р. Джонсон и Д. Джонсон). - Самообучение в парах с изменяющимся составом (А.Г. Ривин). - Внедрение идей педагогики сотрудничества в кооперативное обучение (К. Левин, А.Г. Ривин, В.П. Дьяченко, Е.И. Пассова, Е.Г. Иванова и др.).
4 период (1950 - по настоящее время) Активная реализации кооперативного обучения	Методы кооперативного обучения начали активно внедряться в образовательные учреждения США, включая как школы, так и университеты. Современное понимание концепций А.Г. Ривина нашло свое отражение в Санкт-Петербургской школе «Обучение в диалоге» (ШОД). Современными идеями кооперативного обучения занимаются исследователи, такие как Р. Джонсон и Д. Джонсон из Центра кооперативного обучения при университете Миннесоты (США), а также С. Каган, руководитель Института ресурсов для учителей (США).

В ходе изучения исторических основ кооперативного обучения мы пришли к выводу, что его различные формы применялись с древности и продолжают активно развиваться в настоящее время в различных странах мира.

Основу кооперативного обучения составляют компоненты:

1) *теория социальной взаимозависимости*;

2) когнитивно-развивающая теория;

3) бихевиоризм.

Представим краткое описание каждого из них.

Первоначальный тезис о том, что целое не является просто суммой его частей, был выдвинут Х. Эренфельсом в конце XIX века, и его последователи усовершенствовали эту концепцию. Представители гештальтпсихологии в Германии, такие как В. Келер, К. Коффка и М. Вертхеймер, рассматривали целое как нечто большее, чем просто сумма отдельных элементов. По их мнению, каждая часть целого выполняет определенные функции или «роли». Структура обладает динамическим характером, и каждый элемент,

под воздействием внутренних сил, стремится достичь состояния максимального равновесия. Это состояние определяется такими качествами, как простота, завершенность, выразительность и осмысленность. Исследователь К. Коффка предложил рассматривать группу как динамичное целое, в котором взаимозависимость между участниками может изменяться. Состояние отдельного участника или подгруппы влияет на состояние других участников или групп.

Теорию социальной взаимозависимости впервые изложил в 1940-х годах XX века М. Дойтш, акцентируя внимание на том, что взаимозависимость может проявляться как в положительном (кооперация), так и в отрицательном (соревнование) аспектах, а также может отсутствовать (индивидуальные усилия). Положительная взаимозависимость способствует эффективному взаимодействию, поскольку участники поддерживают друг друга в процессе обучения. В условиях соревнования наблюдается противостояние, когда индивиды действуют друг против друга. При индивидуализме взаимодействие отсутствует, и каждый работает самостоятельно. Таким образом, теория социальной взаимозависимости рассматривает кооперацию как результат положительной взаимозависимости между членами группы, которые стремятся к достижению общих целей.

Когнитивно-развивающая теория подчеркивает значимость взаимодействия как ключевого элемента в формировании познавательных навыков. Это включает в себя умение воспринимать окружающий мир, задавать вопросы, искать причины явлений и выражать свои мысли. Швейцарский психолог и философ Ж. Пиаже отмечал, что в ходе взаимодействия между познающими субъектами возникают полезные социокогнитивные конфликты, создающие дисбаланс, который способствует развитию перспективного мышления и когнитивных способностей.

Русский психолог Л. Выготский предложил культурно-историческую теорию, в которой рассматривается развитие психики как процесс освоения индивидом ценностей человеческой культуры. Природные психические функции преобразуются в более сложные культурные функции, такие как логическая память, целенаправленное мышление и творческое воображение.

Американские исследователи Д. Джонсон, Р. Джонсон и К. Смит разработали теорию спора, согласно которой столкновение студентов с различными точками зрения и концептуальными конфликтами побуждает их искать дополнительную информацию и формулировать более точные и обоснованные ответы.

Рассмотрим этапы формирования знаний в процессе *взаимодействия:*

• структурирование существующих знаний в единую точку зрения;

• отстаивание этой точки зрения перед другими и отражение атак на неё;

• анализ различных позиций для представления явления с разных ракурсов;

• формирование синтеза, который будет принят всеми.

Что касается третьего компонента, то *бихевиористская теория обучения* рассматривает человеческое поведение как совокупность двигательных, вербальных и эмоциональных реакций на воздействие окружающей среды. Оно понимается как система взаимосвязей между «стимулом и реакцией». Исходя из этого, можно заключить, что студенты будут активно выполнять задания, если их выполнение принесет им вознаграждение.

Эти теории утверждают, что кооперативное обучение обеспечивает более высокие результаты по сравнению с конкурентным или индивидуальным обучением.

Кооперативная технология обучения представляет собой методику, основанную на работе в небольших смешанных группах, целью которой является взаимная выгода всех участников от совместного взаимодействия. Согласно Р.Е. Славину, она включает в себя методы, при которых обучающиеся работают в небольших группах (обычно по 4-6 человек), и успех группы поощряется различными способами [3]. Для повышения

эффективности процесса важно сочетать групповые награды с индивидуальной ответственностью при применении кооперативных методов. Групповые награды и индивидуальная ответственность означают, что каждый участник получает вознаграждение только в том случае, если остальные члены группы также достигают успеха, что способствует предотвращению доминирования более успешных учащихся в учебном процессе. Тем не менее, коллективная работа, которая объединяет групповые поощрения и индивидуальную ответственность, не только побуждает отвечать за собственное усвоение учебного материала, но и делает участников процесса ответственными за успехи своей группы.

На первый взгляд, кооперативное обучение может показаться простым разделением обучающихся с различным уровнем подготовки на небольшие группы для достижения общей цели. Однако Дж. Крэнделл утверждает: «Кооперативное обучение – это нечто большее, чем просто групповая деятельность. В хорошо структурированной коллективной задаче существует значительный информационный пробел, требующий от участников учебного процесса максимального внимания и внесения своего вклада в развитие устного, письменного и другого вида продукта, который отражает групповые усилия, знания и перспективу развития» [4].

Основной целью кооперативного обучения является формирование понимания того, что группа работает совместно для улучшения как своей успеваемости, так и успеваемости своих товарищей, а не для создания условий соревнования. В условиях соревнования возникает ситуация выигрыша или проигрыша, где успешные обучающиеся получают награды и признание, в то время как те, кто испытывает трудности, остаются демотивированными и равнодушными к учебе. В отличие от этого, в кооперативном обучении выигрывают все участники. Студенты поддерживают друг друга, создавая сообщество, в котором царит дух взаимопомощи, что способствует повышению успеваемости каждого и укрепляет чувство собственного достоинства у всех учащихся. Каждый член группы должен оказывать помощь другим в учебном процессе. Дж. Рив подчеркивает, что кооперативное обучение приносит психосоциальные выгоды: когда социальное взаимодействие становится частью учебного процесса, увлеченность учебой возрастает, и студенты получают значительное удовольствие от обучения [5].

Для достижения эффективного взаимодействия в образовательном процессе ВШ необходимо интегрировать пять основных элементов.

Во-первых, необходимо *создать позитивную взаимозависимость.* Каждый участник сможет реализовать свои учебные цели лишь в том случае, если остальные члены группы также добьются успеха. Позитивная взаимозависимость возникает, когда у группы есть общие цели, они получают совместные награды, обмениваются информацией или выполняют взаимосвязанные роли, такие как представление докладов или оказание помощи друг другу.

Во-вторых, *каждый участник группы должен осознавать свою индивидуальную ответственность за усвоение материала.* Эта индивидуальная ответственность проверяется с помощью письменных заданий и выборочных опросов, когда каждый отвечает за результаты всей группы.

В-третьих, взаимодействие «лицом к лицу» с акцентом на поддержку подразумевает, что *студенты помогают друг другу достигать успехов, выражают одобрение и оказывают помощь*. Вербальные и невербальные реакции становятся источником обратной связи о деятельности студентов и способствуют более глубокому знакомству как на личностном, так и на профессиональном уровне.

В-четвертых, для успешного выполнения совместных задач *необходимо развивать межличностные и групповые навыки.* Умения в области принятия решений, формирования доверия, коммуникации и управления конфликтами требуют обучения так же, как и академические навыки.

В-пятых, участникам группы *необходимо предоставить возможность оценить свои совместные усилия и уровень усвоения материала*. Это будет способствовать дальнейшему улучшению группового процесса.

Из всего вышеизложенного можно сделать выводы:

- Основными компонентами совместного обучения являются: положительная взаимозависимость и взаимодействие «лицом к лицу», индивидуальная ответственность, межличностные навыки и анализ работы группы.

- В связи с недостаточной исследованностью данного педагогического явления, отсутствием конкретных методик и примеров практической реализации кооперативного взаимодействия, мы видим потенциал для дальнейшего изучения учебного сотрудничества в создании и проверке данной технологии обучения в рамках традиционного (очного) и дистанционного форматов организации учебного процесса в высшей школе.

-Применение кооперативных технологий воплощает концепцию сотрудничества среди обучающихся, обучает их конструктивному взаимодействию, улучшает психологический климат в аудитории, создает дружелюбную атмосферу и значительно увеличивает мотивацию к изучению лингвистических и прикладных дисциплин, а также способствует развитию коммуникативной компетенции.

Таким образом, в отличие от групповой работы, применение форм и методов кооперативного обучения демонстрирует большую эффективность, поскольку способствует развитию познавательной активности и самостоятельности обучающихся в ходе образовательного процесса.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Зимняя, И.А. Педагогическая психология // И.А. Зимняя. – Издательство «Феникс». – Ростов-на-Дону, 1997. – 480 с.
2. Головко, А.В. Кооперативные технологии и коллаборация как новые формы сотрудничества в обучении / Славистика: новые имена в науке: сб. науч. тр. По материалам VII Всероссийской очно-заочной научно-практической конференции молодых учёных «Славистика: новые имена в науке», приуроченной к 150-летию со дня рождения Д. Н. Ушакова и Году педагога и наставника // ФГБОУ ВО «Донецкий государственный педагогический университет»; редкол.: И. А. Герасименко [и др.]. – Горловка: Изд-во ФГБОУ ВО «ДГПУ». – 2024.
3. Slavin R.E. Cooperative Learning: Theory, Research, and Practice. Boston, MA:Allynand Bacon. 1995. – 194 p.
4. Crandall J. Cooperative language learning and affective factors. In J. Arnold (Ed.). Affect in language learning (pp. 226-245). Beijing, China: Foreign Language Teaching and Researching Press. 1999.
5. Reeve J. Motivating others: Nurturing Inner Motivational Resources. Boston, MA: Allyn Bacon. 1996. – 268 p.

TECHNOLOGY OF COOPERATIVE LEARNING: THEORETICAL ROOTS AND SIGNS

Annotation. The article is devoted to the study of the theoretical foundations and key features of cooperative learning technology. The paper examines the historical and theoretical roots of this pedagogical concept, as well as the basic principles and characteristics that distinguish cooperative learning from other educational methods. The article highlights the main components of cooperative learning, such as joint activities, mutual assistance and mutual responsibility.
Keywords: cooperative learning, small groups, collaboration, collaboration.

Golovko A.V.
Scientific adviser: Mogila N.N., senior lecturer
Donetsk State University
E-mail: na.stya2001@mail.ru

УДК 1751.882

ЖАНРОВОЕ СВОЕОБРАЗИЕ ТРАГЕДИИ А. СУМАРОКОВА «ДИМИТРИЙ САМОЗВАНЕЦ»

Дунаевская Е.В.
Научный руководитель: Сенчина Л.Т., канд.филол.наук, доцент
ФГБОУ ВО «ДонГУ»

Аннотация. В данной работе рассматривается вопрос о новаторском характере трагедии «Димитрий Самозванец». Уточняется сущность конфликтов в пьесе, а также новый характер изображения персонажей в трагедии.
Ключевые слова: конфликт, трагедия, новаторство, самозванство.

А. П. Сумароков – знаковая фигура в литературе XVIII века. Творчество поэта, драматурга, писателя, теоретика, исследуется на протяжении нескольких столетий. Достаточно вспомнить работы таких ученых, как Г. Гуковский, Ю. Лотман, Ю. Стенник, К. Смолина, чтобы убедиться в том, как много было сделано ими в плане изучения русской трагедии XVIII века. Отмечая изученность многих проблем, связанных с наследием А. Сумарокова, подчеркнем, что есть вопросы, которые требуют дополнительного изучения и уточнения. К числу таких проблем можно отнести изучение поздней трагедии А. Сумарокова «Димитрий Самозванец».

Цель данной статьи заключается в исследовании трагедии «Димитрий Самозванец» с точки зрения новаторства этой пьесы и «подосновы» её для будущего развития жанра трагедии в русской литературе. Плохо изучен вопрос об истоках формирования этой трагедии в русской литературе.

А. Сумароков одним из первых обратился к русской истории как к сюжету для трагедии, что было новшеством для русской литературы XVIII века. До него в русской трагедии преобладал конфликт между долгом и чувством. Этот конфликт в редуцированном виде есть в трагедии «Димитрий Самозванец», но основной сюжетообразующий конфликт связан с противоборством реального монарха (Самозванца) с идеальным. Отметим, что идеальный монарх отсутствует на сцене, но его образ возникает в речах положительных героев, благодаря этому четко выстраивается концепция идеального монарха. Идеальный монарх – это, прежде всего, тот, кто любит своё отечество, своих подданных. Только такой монарх может сделать государство счастливым и процветающим.

Монарх-тиран находится на престоле незаконно. В «Димитрии Самозванце» зло показано как результат человеческой слабости и порока. А. Сумароков всячески подчёркивает все его противоправные действия «Российский я народ с престола презираю, - говорит злодей. Он не любит своих подданных, готов изменить веру, хотел бы ввести в Россию власть папы и католического правления. Моральные качества Самозванца также подвержены осуждению. Монарх-злодей принуждает Ксению стать его женой, прекрасно зная, что она невеста другого, а тиран имеет жену, которую готов отравить. А. Сумароков подчеркивает, что у монарха неограниченная власть, он не следует законам, явно подменяя их личным произволом. Важность противопоставления двух типов правления заложена уже в названии произведения: «Димитрий» и «Самозванец». Природа самозванства всегда интересовала А. Сумарокова.

Обращаясь к анализу пьесы «Димитрий Самозванец», следует отметить две важные тенденции, которые определяют направление его творчества: русская традиция и английский опыт, прежде всего, У. Шекспира («Ричард III»). Споры о влиянии У. Шекспира на драматические произведения А. Сумарокова ведутся давно,

подчеркивается общность темы в трагедии «Димитрий Самозванец» и «Ричард III» - это тема зла, тирании, престолонаследия и другие.

У. Шекспир и А. Сумароков оба стремились осмыслить национальную историю, природу власти, сущность самозванства. Отмечая общность тем, хотелось бы отметить существенные различия трактовки этих «вечных» проблем. Произведения этих авторов основаны на реальных исторических событиях, но подходят к их трактовке по-разному. Прежде всего, используя национальную историю в качестве основного сюжета пьесы, У. Шекспир не стремился сохранить правдивость исторических фактов, а А. Сумароков же при создании пьесы «Димитрий Самозванец» долго работал над архивными документами и его явно интересовала русская история, природа самозванства. Все трудности работы над пьесой «Димитрий Самозванец» были связаны, прежде всего, с изменением замысла, а следовательно – с решением новых задач, которые возникали в процессе работы.

У. Шекспир в «Ричарде III» изображает Ричарда как холодного и расчетливого политика, чьи поступки продиктованы жаждой власти и личной выгодой. Его Ричард – циничный и жестокий манипулятор, готовый пожертвовать любыми моральными принципами ради достижения своих амбиций. А. Сумароков, напротив, показывает Димитрия Самозванца как более сложного и противоречивого персонажа. Димитрий колеблется, испытывает угрызения совести и осознает тяжесть своей ноши. Это различие в характеристиках героев показывает разное отношение авторов к вопросу самозванства: У. Шекспир сосредотачивается на политической стороне вопроса, тогда как А. Сумароков уделяет внимание этическим и моральным аспектам.

При создании пьесы «Димитрия Самозванца» А. Сумароков глубоко погрузился в изучение исторических источников, таких как «Повесть о начале Москвы», «Сказание об убиении Даниила Суздальского и о начале Москвы» и древнерусские летописи. Работа над трагедией заняла длительное время, автор неоднократно выражал недовольство ее состоянием, отмечая, что «...музы его дом оставили, а пьеса...киснет...». Такое детальное осмысление исторических фактов свидетельствует о стремлении создать произведение, которое бы точно передавало дух эпохи и раскрывало сложные характеры исторических персонажей.

Для А. Сумарокова обращение к отечественной истории имело принципиальное значение. Такой интерес к прошлому объясняется общим подъёмом национального самосознания, стремлением возродить собственные исторические события. Трагедию «Димитрий Самозванец», по-видимому, осознавал, как принципиально новое драматическое произведение, в котором многие классицистические нормы были переосмыслены и трансформированы. Такие изменения касались сюжетообразующего конфликта и структуры пьесы в целом.

Следует подчеркнуть, что в своих трактатах «Наставление хотящим быти писателями», «Ответ на критику и другие» А. Сумароков настаивает на том, что в трагедии можно выделить два тематических поля: первое – связанно с осмыслением важных государственных проблем, а другое – обозначено любовным конфликтом. В трагедиях первого тематического плана должен быть только «высокий» стиль, а в других – допустимы «поэтические вольности». Эти теоретические рассуждения А. Сумарокова способствовали изменению стилевой доминанты жанра трагедии, а в некоторым смысле трансформировали «высокий» стиль, который был обязателен для жанра трагедии.

Обращаясь к анализу трагедийного творчества А. Сумарокова, хотелось бы отметить стремление драматурга не только следовать европейским канонам, но и желание создавать новый тип трагедии. Эта потребность трансформировать жанр трагедии на русской почве проявилась уже на ранних этапах обращение А. Сумарокова к этому типу произведений. В трагедии «Хорев» можно отметить существенные изменения, которые были осуществлены А. Сумароковым. Драматург явно

переосмыслил трагедийный конфликт, ощутима тенденция к простоте и «экономии» сюжета, резко сократил количество действующих лиц, по сравнению с французской трагедией.

А. Сумароков всячески настаивал на тезисе: правитель должен стоять на страже законов, он обязан быть мудрым. Уже в первых трагедиях А. Сумарокова чётко прослеживается мысль о необходимости «воспитания» монарха. Эту почётную миссию должны осуществлять дворяне. В этой связи трагедии А. Сумарокова можно назвать своеобразной школой царей и дворянство.

В отличие от первых трагедий А. Сумарокова, в которых преобладала высокая степень абстракции и условностей, в пьесе «Димитрий Самозванец» автор стремился к созданию более реальных исторических событий, уделял внимание деталям, месту действия, костюмам и бытовым сценам, что делает его произведение ближе к повседневной жизни. Целесообразно подчеркнуть, что А. Сумароков впервые вводит в трагедию точное указание на места действия (Царский дом), упоминает Кремль, Москву, Москву-реку. Ранее подобные географические привязанности не играли значительной роли в драматургии. Это нововведение добавляет произведению локальную аутентичность и подчёркивает важность пространства для разворачивающихся событий. Это стремление к реальности было новым явлением в русской драматургии.

Название пьесы «Димитрий Самозванец» сразу же указывает на двойственность образа главного героя. Имя «Димитрий» ассоциируется с царской властью, тогда как «Самозванец», подчеркивает нелегитимность его притязаний на престол, то есть, изнанка власти. Этот контраст заложен в самой сути персонажа и делает его образ особенно сложным и многогранным. Важно отметить, что А. Сумароков подчеркивает злодейство своего героя, что придает ему еще большую трагичность. Так, в первой же реплике Димитрий признается, что его грызет совесть и что он — злодей:

Зла фурия во мне смятенно сердце гложет;
Злодейская душа спокойна быть не может. [3]

Персонаж с неизменным постоянством говорит о своей греховной природе и о мучениях совести:

Грызеньем совести я много мук терплю...[3]

Герой считает себя злодеем, который не пытается хоть как-то обелить себя в своих глазах и не стремящийся к оправданию другими, приближается к абсолютному воплощению зла. Димитрий движим своей волей, подчинен своему нраву («...добродетели противится мой нрав») и, по собственному признанию, его поступки диктуются желанием причинять всем зло. Самозванец прекрасно осознает, что, отказываясь от своего имени, данное ему при рождении, он теряет своего Ангела-Хранителя. Димитрий не может надеяться на помощь Бога. Знаменательно, что в тексте трагедии Димитрий не обращается к Богу, не просит ни о чём, он понимает, что злодею помощи от Бога не будет!

Целесообразно подчеркнуть, что традиционно трагедия XVIII века не была связана с реальной жизнью, наполненной абстрактными идеями и символикой. Однако в «Димитрий Самозванец» А. Сумароков отказывается от этой условности, приближая свое произведение к действительности. Несмотря на этот шаг в пьесе, бесспорно, есть и недостатки: герои больше говорят, чем действуют, что характерно для театральных традиций XVIII века. Исследователь А. Соловьёв отмечает: *«Между тем Димитрий в прямом смысле слова почти не действует…действием его оказываются слова…»* [1]. Герои трагедии «Димитрий Самозванец» больше говорят, чем действуют; недостаток пьесы – отсутствие динамики действий. А. Сумароков уделяет большое внимание внутренним переживаниям своих героев, что на наш взгляд и способствовало новаторству трагедии, а классицизм диктовал и требовал строгость и сдержанность в изображении чувств.

Обращаясь к новаторским тенденциям в трагедии А. Сумаркова «Димитрий Самозванец», хотелось бы отметить новый подход драматурга в плане изображения женских образов. А. Сумароков, бесспорно, поэтизирует женские образы в жанре трагедии. Из всех персонажей в пьесе «Димитрий Самозванец» только Ксения «не ведает обмана…», она не может долго притворяться, открыто заявляет Самозванцу, что любит другого и будет ему верна до конца жизни.

Такое поведение героини, на наш взгляд, является примером нравственности и морального подвига. Поступок Ксении ещё больше убеждает Самозванца в том, что его поведение безнравственно, что он совершил преступление, Бог должен его наказать.

Ксения открыто заявляет:

И не погаснет жар, горящий во крови,
Которым полон ум, которым чувство тает,
И вечно в сердце сем Георгий обитает. [3]

В трагедии «Димитрий Самозванец» А. Сумароков особо подчёркивает тот факт, что монарх не просто человек, а правитель людей, он рождён властвовать над людьми, управлять, руководить государством. В этой связи Самозванец обязан подчинить свою страсть долгу перед государством. Правитель, который неспособен управлять своими чувствами, по мнению автора, не может быть у власти. Эта мысль пронизывает весь текст трагедии «Димитрий Самозванец».

Заметим, что материальное воплощение трагедия «Димитрий Самозванец» получила в ямбе шестистопном, с парной рифмовкой, с мужской клаузулой. Стих сумароковской трагедии разделён цезурой на два полустишия, что придаёт стиху определённую «лёгкость». Такой стих называли александрийским, он в определённой степени соответствовал французскому 12-сложнику. Эта стиховая форма оказалась продуктивной, она активно использовалась в жанре трагедии.

Таким образом, новаторский характер трагедии «Димитрий Самозванец» определяется многими факторами. Создавая эту пьесу, А. Сумароков детально изучал русскую историю Смутного времени, которая обусловила сюжет трагедии. Драматург обращался к русской истории, как к основному источнику вдохновения. Новаторство А. Сумарокова проявляется в обращении к русской истории в пьесе «Димитрий Самозванец». Из девяти его трагедий семь посвящены русским историческим событиям. Обращение к национальным темам стало значительным вкладом в развитие русской драматургии.

Усложняется изображение героев в пьесе. Эта тенденция особенно ощутима в таком персонаже, как Димитрий. Явно сделана попытка «снять» одновекторность в изображении главного героя в трагедии «Димитрий Самозванец». Отмечая новаторский характер поздней пьесы А. Сумарокова, подчеркнем, что в ней во многом преодолевается характерное для драматургии XVIII века абстрактность. Драматург вводит в трагедию «Димитрий Самозванец» точное указание места действия: Кремль, Москва, Москва-река. Это нововведение, бесспорно, способствует локальной аутентичности и тем самым подчеркивает важность пространства, где и происходят события. «Димитрий Самозванец» оказал значительное влияние на дальнейшее развитие русской литературы. Его новаторские приёмы и глубокий социальный подтекст стали примером для последующих поколений писателей. Кроме того, трагедия сумела привлечь внимание широкой публики, что свидетельствует о её актуальности и важности для культурного контекста того времени.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Соловьёв А.Ю. О конфликте в трагедии А. Сумарокова «Димитрий Самозванец». А.Ю.Соловьёв//XVIII век. – Санкт-Петербург 2020 год. Т.30. С. 83-101.

2. Стенник Ю.В. Жанр трагедии в русской литературе//Ю.В.Стенник. Жанр трагедии в русской литературе. Л. Издательство «Наука». С. 60-74.
3. Сумарков А.П. Полн.собр. всех соч. в стихах и прозе. Москва, 1787г. Т.4. с. 330.

GENRE ORIGINALITY OF A.SUMAROKOV'S TRAGEDY «DIMITRI THE IMPOSTOR»

Annotation. In this paper, the question of the innovative nature of the tragedy «Dimitri the Impostor» is considered. The essence of the conflicts in the play is clarified, as well as the new character of the portrayal of characters in the tragedy.
Keywords: conflict, tragedy, innovation, imposture.

Dunaevskaya E.V.
Scientific supervisor: L.T. Senchina, Candidate of Philological Sciences, Associate Professor
Donetsk State University
E-mail: senchina.liudmila@yandex.com

УДК: 81-13:004.9

СОВРЕМЕННЫЕ ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ КАК МОТИВАЦИЯ ИЗУЧЕНИЯ ЛИНГВИСТИЧЕСКИХ ДИСЦИПЛИН В ВУЗЕ

Елисеев Н.А.
Научный руководитель: Могила Н. Н., ст. преподаватель
ФГБОУ ВО «ДонГУ»

Аннотация. В данной статье рассматриваются современные информационно-коммуникативные технологии, которые активно используются в системе образования и играют важную роль в трансформации учебного процесса, способствуют повышению качества и доступности образования, позволяют формировать в студентов-филологов ключевые учебно-познавательные компетенции.
Ключевые слова: информационные технологии обучения, информационно-коммуникативные технологии, образовательная платформа, вебсайты, интернет-ресурсы, мультимедиа.

Вступление. Сегодня система образования переживает этап переосмысления своих философских основ, стратегических ориентиров, общих целей и способов их достижения. Необходимость перемен в образовательной системе вызвана развитием общества, внедрением инноваций в образовательный процесс, включая новые информационные и коммуникационно-информационные технологии обучения.

Информационно-коммуникативные технологий (ИКТ) – это комплекс методов, производственных процессов и программно-технических средств [1].

Различные аспекты информатизации обучения рассматривались Т.Е. Алексеевым, М.А. Ариян, Н.А. Афанасьевой, Ж.Л. Витиным, Н.Д. Гальской, В.Б. Клепиковым и др.

Цель статьи – раскрыть роль и особенность применения ИКТ при изучении лингвистических и прикладных дисциплин студентами филологического факультета.

Применение передовых технологий – это требование времени, продиктованное текущим уровнем развития образования. ИКТ радикально изменили как организацию образовательного процесса, так и подготовку преподавателей к занятиям. Из-за нехватки методических материалов и методологии исследования в данной области, возникают трудности и в его освоении. Это заставляет преподавателей полагаться только на свой опыт и навыки, чтобы эффективно применять информационно-коммуникативные технологий в учебно-воспитательном процессе высшей школе. В этом и заключается актуальность исследуемой проблемы.

Основная часть. Как подчёркивают зарубежные и отечественные учёные, информационно-коммуникационные технологии стали инструментом для решения одной из ключевых задач лингводидактики – стимулировать интерес обучающихся к глубокому освоению учебной программы. Они также способствуют повышению эффективности обучения за счёт применения разнообразных методов и форм. Кроме того, ИКТ помогают развивать навыки работы с интернет-ресурсами. Исследователи отмечают, что одна из ключевых особенностей ИКТ – это способность преобразовывать различные виды информации, включая числовые данные, тексты, аудиофайлы, изображения и видео, в цифровой формат.

Проблему формирования информационно-коммуникационной компетентности в обучающихся изучали И.А. Зимняя [2], Г.К. Селевко [3], В.Ф. Бурмакина [4], О.В. Урсова [5], Е.А. Львов [6], И. Н. Фалина, О. Н. Шилова и др.

В работах А. П. Ершова и А. А. Кузнецова были рассмотрены различные проблемы, связанные с использованием компьютеров в образовательном процессе. Методические аспекты этой проблемы были изучены Б. С. Гершунским, Е. И. Машбицем и Н. Ф. Талызиной. В. В. Рубцов и В. В. Тихомиров проанализировали психологические

аспекты использования компьютеров в обучении. Б. С. Гершунский, А. И. Гусейнова, М. М. Абдусаламов, И. Г. Захарова и другие исследователи исследовали роль и место информационно-коммуникационных технологий в системе гуманитарного образования.

Е.А. Львова в своих исследованиях перечисляет преимущества использования ИКТ, уделяет большое внимание некомпетентности педагогов по проблеме применения их в образовательном процессе, разрабатывает список тем для повышения уровня педагогов [6].

В.Б. Клепикова рассматривает вопросы диагностики персональной ИКТ-компетентности и ИКТ-квалификации педагогов как одного из направлений определения их профессионализма при использовании информационно-коммуникационных технологий в процессе обучения. Ученый утверждает, что все разделы из представленного диагностического комплекса могут быть использованы, как для диагностики, так и для оценки самого педагога, посредством иных респондентов [7].

Нужно отметить также работу Н.А. Афанасьевой, в которой автор акцентирует внимание на то, что информатизация процесса обучения тесно связана с внедрением в учебный процесс ИКТ [8].

Изучение научных и методических материалов позволило нам прийти к заключению, что проблема разграничения понятий «компетентность» и «компетенция» стала причиной разногласий и различных толкований среди исследователей. Так, В.Ф. Бурмакина, И.Н. Фалина и А.А. Елизаров не проводят различия между понятиями «ИКТ-компетентность» и «ИКТ-компетенция», считая их синонимичными.

Важно подчеркнуть и то, что все ведущие учёные отмечали как преимущества, так и недостатки ИКТ.

Среди *положительных аспектов* использования информационно-коммуникационных технологий в образовательном процессе учёные выделяют*:* наглядность и доступность материала; эмоциональную вовлечённость; актуальность и своевременность информации; интерес современных студентов; повышение активности и мотивации; переход от пассивного усвоения знаний к самостоятельной работе; развитие навыков работы с разными типами информации и её источниками; расширение словарного запаса и т.д.

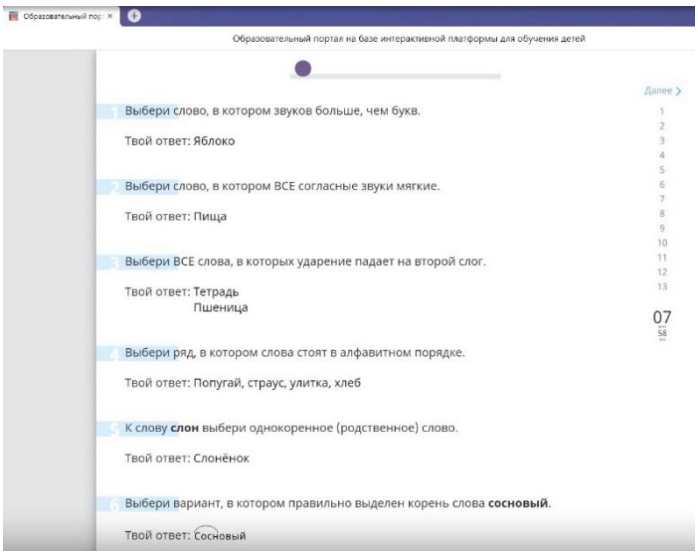
Однако у ИКТ есть и *негативные стороны:* потенциальный вред для здоровья обучающихся; отсутствие единой педагогической стратегии; удалённость преподавателя от студентов; формальное восприятие информации; сложность подготовки преподавателя; высокая стоимость оборудования и т.д.

Благодаря накопленному опыту международного сообщества в области образовательных технологий (ISTE), учёные и практикующие преподаватели разработали комплекс условий, необходимых для успешной модернизации учебного процесса с применением информационно-коммуникационных технологий.

Во время прохождения производственной практики на филологическом факультете было выявлено, что использование ИКТ пренподавателями, включая мультимедийные инструменты обучения, играет ключевую роль в образовательном процессе. Это способствует активизации познавательной деятельности студентов и делает обучение более наглядным и интерактивным.

Рассмотрим примеры использования платформ, которые могут быть успешно применены преподавателями ДонГУ в образовательном процессе при изучении студентами лингвистических и прикладных дисциплин.

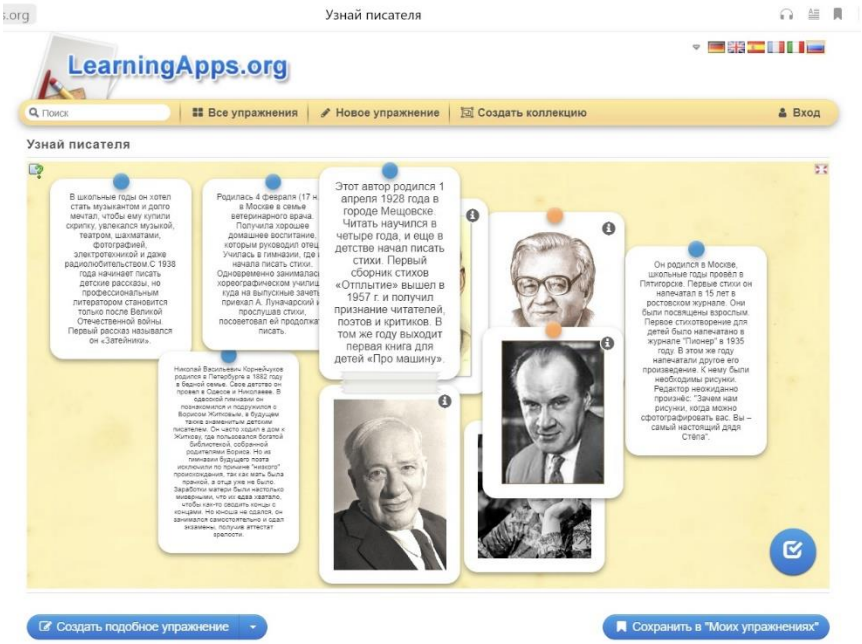
«Учи.ру» – это одна из самых востребованных образовательных платформ. Её цель – помочь обучающимся улучшить свои знания по различным предметам в увлекательной игровой форме в свободное от учёбы время. Пример задания представлен на слайде 1.



Слайд.1 – Плафторма Uchi.ru

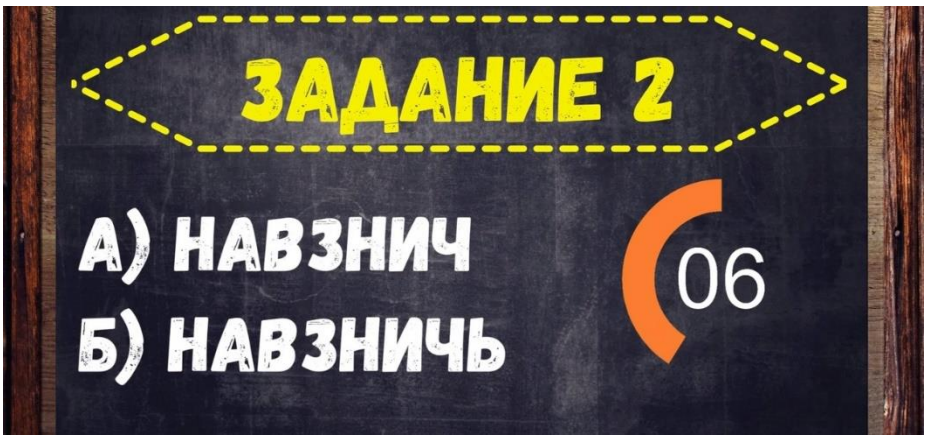
LearningApps.org – это платформа, которая предоставляет возможность создавать интерактивные задания для обучения. С её помощью можно разрабатывать викторины, тесты и другие учебные материалы для обучающихся разных возрастов и уровней подготовки. На платформе можно создавать задания разных типов и форматов, включая кроссворды, головоломки, игры и многое другое.

Пример задания представлен на слайде 2.



Слайд. 2. – Платформа LearningApps.org

В настоящее время существует множество электронных инструментов для создания тестов и обучающих игр. Это позволяет преподавателям выбрать наиболее удобный и эффективный инструмент для своей работы. Одним из таких инструментов является ***Kahoot*** – платформа для создания тестов и проведения опросов. С помощью Kahoot преподаватели могут быстро и увлекательно проверить знания своих учеников по определённой теме или разделу. Пример задания представлен на слайде 3.



Слайд 3. – Quizlet.com

Студенты могут отвечать на вопросы викторины (теста, опроса) со своих телефонов, планшетов, компьютеров, имеющих доступ в Интернет.

Другими примерами могут стать: Myquiz (https://myquiz.ru/) – создание интерактивных викторин; Quizlet (https://quizlet.com/ru) – сервер для создания интерактивных викторин, диаграмм и других учебных продуктов.

Наблюдения учебно-образовательного процесса студентов 3 курса показало, что образовательная платформа «***ЯКласс»*** (http://www.yaklass.ru/) – один из неплохих образовательных проектов. Этот ресурс позволяет отслеживать активность обучающихся, видеть их результаты, автоматически проверять контрольные и домашние задания, а также оценивать квалификацию преподавателей в области ИКТ.

Целесообразно назвать ещё одну важную платформу – ***«Глобальная школьная лаборатория»*** (https://globallab.org/ru/), которая объединяет обучение и исследовательскую деятельность студентов. На этой платформе можно проводить совместные проекты и исследования в режиме онлайн, а также участвовать в вебинарах и конференциях.

В делопроизводстве (прикладной лингвистике) очень широко используются программы для автоматического распознавания текста (***OCR***). Это позволяет преобразовывать текст с бумажных носителей в электронный формат и редактировать его в текстовых редакторах.

Среди простых систем автоматического реферирования и аннотирования можно выделить функцию ***AiToSummarize*** в MS Word, а также системы ***Intelligent Text Miner***, ***Oracle Context*** и ***Inxight Summarizer*** (компонент AltaVista от IBM).

Информационные и коммуникационные технологии играют значительную роль в автоматизированном анализе и синтезе текста, что является ключевым направлением в компьютерной лингвистике. Эти задачи имеют большое значение как для теоретического развития, так и для практического применения, например, в области машинного перевода.

Для компьютерного моделирования диалогов на естественном языке используются более сложные алгоритмы. Например, был разработан специальный язык разметки для искусственного интеллекта – ***Artificial Intelligence Markup Language*** (AIML), который применяется для создания виртуальных ботов. Боты используются в компьютерных играх и на веб-страницах, отвечая на вопросы пользователей о возможностях мобильного оператора.

Для специалистов в области филологии может быть полезна образовательная платформа ***«Инфоурок»*** (https://infourok.ru/), где учителя могут воспользоваться методической библиотекой и принять участие в профессиональных конкурсах. Ученики же могут бесплатно смотреть видеоуроки.

В.Н. Падерин отмечает, что одним из ключевых направлений применения ИКТ в образовании, является использование мультимедийных возможностей компьютерной техники, которая позволяет активизировать познавательную деятельность студентов и улучшает доступность учебного материала. Особенно это актуально для лингвообразования, где мультимедиа помогают преодолевать языковые барьеры и развивать коммуникативные навыки [9].

В современном мире существует множество программ, связанных с мультимедиа: медиаплееры, конвертеры, аудио- и видеоредакторы, кодеки, плагины и программное обеспечение для работы с дисками. Они позволяют записывать, стирать, редактировать и копировать диски различных форматов, а также работать с фото, просматривать и обрабатывать изображения.

Особое место в изучении лингвистических и прикладных дисциплин должен занять мультимедийный учебник, который основан на гипертексте, видео- и аудиоприложениях, анимации и большом количестве иллюстраций. Эти элементы дополняют базовый учебный материал специализированными блоками, связанными с различными предметными областями.

Важно отметить, что использование мультимедиа особенно важно при изучении славянских языков. Овладение ими в искусственных условиях требует создания воображаемых ситуаций, которые стимулируют общение на изучаемом языке и развивают воображение.

Для студентов направление подготовки 45.03.03 Фундаментальная и прикладная лингвистика особенно актуальны образовательные вебсайты*: **Coursera и edX, Khan Academy, Duolingo, Codeacademy, Codeacadem***у – сайт, обучающий программированию с интерактивными заданиями и проектами.

Не следует забывать и о прикладных программах, которые созданы для конечного пользователя. Они позволяют создавать и обрабатывать как текст, так и графические изображения, работать над звуко и видеоинформацией, создавать электронные таблицы для обработки статистических данных и т.д.

В настоящее время на рынке существует множество программных решений для лингвистических и прикладных дисциплин. При выборе программно-аппаратного комплекса преподавателю важно учитывать его целесообразность.

Исходя из вышеизложенного, можно говорить о том, что:

- Информационные технологии и лингвистика – это две области, которые тесно связаны между собой. Они предоставляют студентам новые возможности для исследований и практического применения в процессе обучения. Эти технологии не только улучшают использование информационных ресурсов, но и способствуют развитию лингвистической науки, делая возможным более эффективный анализ и синтез текста.

- Внедрение информационных технологий в лингвистику способствует развитию теории и значительно улучшает работу лингвистов, делая их более подготовленными к требованиям современного информационного пространства.

- Интеграция информационных и коммуникационных технологий в систему образования способна не только обогатить существующие педагогические методы, но и полностью изменить привычные подходы к обучению.

- Информационные и коммуникационные технологии становятся основой образования будущего, предоставляя уникальные возможности для персонализации обучения, более глубокого изучения предметов и развития цифровых навыков.

Выводы. Таким образом, проведенное исследование на базе филологического факультета ДонНУ показало, что применение информационно-коммуникативные технологий современных технологий в обучении лингвистических и прикладных дисциплин помогает сделать процесс более результативным и способствует развитию

самостоятельности и ответственности обучающихся, а также позволяет интегрировать межкультурный аспект в образовательный процесс.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Гусейнова, А. Н., Абдусаламов, М. М. Коммуникативная компетенция как основная цель обучения иностранному языку и базовые характеристики грамматической компетенции как её важного компонента // МНКО. 2020. №4 (83). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/kommunikativnaya-kompetentsiya-kak-osnovnaya-tsel-obucheniya-inostrannomu-yazyku-i-bazovye-harakteristiki-grammaticheskoy (дата обращения: 06.02.2025).
2. Зимняя И. А. Компетенция – компетентность: субъектная трансформация// Акмеология. – 2010. – №2. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/kompetentsiya-kompetentnost-subektnaya-transformatsiya (дата обращения: 06.02.2025).
3. Селевко, Г. К. Компетентности и их классификация [Текст] / Г. К. Селевко // Народное образование. –2021. – № 4. – С. 138-144.
4. Бурмакина В. Ф. Измерение ИКТ-компетентности в регионах проекта «Информатизация системы образования» // Вестник МГПУ. Серия: Информатика и информатизация образования. – 2020.
5. Урсова О.В. Развивающий потенциал информационно-коммуникационных технологий в системе повышения квалификации учителей-предметников [Текст]: автореф. дис ... кандпед. наук. – Великий Новгород, 2006. – 24 с.
6. Львова, Е. А. О значении повышения уровня ИКТ-компетентности педагогов ДОУ / Е. А. Львова // Проблемы и перспективы развития гуманитарных и социально-экономических наук : Сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции. В 4-х частях, Белгород, 31 мая 2020 года / Под общей редакцией Ж.А. Шаповал. Том Часть I . – Белгород: Общество с ограниченной ответственностью "Агентство перспективных научных исследований", 2020. – С. 127-129.
7. Клепиков, В. Б. Электронная персональная образовательная среда как фактор эффективной профессиональной деятельности педагога // Нижегородское образование. – 2022.
8. Афанасьева, Н. А. Проблемы информатизации процесса обучения. – 2018.
9. Падерин, В. Н. Использование мультимедийных технологий в обучении студентов вузов // УЭкС. 2016. – №5 (87). – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/ispolzovanie-multimediynyh-tehnologiy-v-obuchenii-studentov-vuzov (дата обращения: 06.02.2025).

MODERN COMMUNICATION AND INFORMATION TECHNOLOGIES IN THE EDUCATION SYSTEM

Annotation. Modern communication and information technologies are actively used in the education system and play a key role in the transformation of the educational process. The application of modern communication and information technologies in the education system contributes to improving the quality and accessibility of education, as well as the formation of important skills required in the modern world in students.

Key words: Communication and information technologies, information and communication competence, ICT competence, educational platform, Inter-board.

УДК 659.4

КОММУНИКАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ТЕЛЕГРАМ-КАНАЛОВ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПОЛИТИЧЕСКИХ АКТОРОВ

Животченко Н.П.
Научный руководитель: Каика Н.Е., канд.филол.наук, доцент
ФГБОУ ВО «ДонГУ»

Аннотация. В статье рассматриваются вопросы информационно-коммуникационного взаимодействия власти и общества. Охарактеризована роль коммуникаций представителей органов власти и граждан в условиях цифровизации. Аргументируется коммуникационная значимость персональных телеграм-каналов представителей органов власти Российской Федерации как комплементарных ресурсов реализации государственной политики. Выявлен и охарактеризован коммуникационный потенциал телеграм-канала официального представителя Министерства иностранных дел Российской Федерации Марии Захаровой. Утверждается, что мессенджер «Телеграм» является релевантным коммуникационным инструментом, который позволяет представителям органов власти, в том числе МИД РФ, оперативно освещать информационную повестку дня, поддерживать позитивный имидж ведомства в СМИ, обеспечивать эффективные связи с общественностью.
Ключевые слова: интернет-ресурсы, телеграм-канал, коммуникационный потенциал, политические акторы, диалог власти и общества.

Вступление. Процессы цифровизации государственной политики создают возможности для внедрения новых форм взаимодействия между гражданами и органами государственной власти. В период специальной военной операции организация диалога власти и общества на новых цифровых платформах приобретает особую значимость. В данном контексте научный интерес представляет анализ специфики персональных телеграм-каналов представителей органов государственного управления Российской Федерации в условиях вызовов современности [3, с.331].

Проблемам цифрового взаимодействия власти и общества посвящены работы Е.Л. Вартановой, О.Ю. Вихровой, А.А. Гладковой [8], И.А. Савельева [7] и др. Специфика функционирования телеграм-каналов в условиях военного времени рассматривается в работах В.М. Амирова [1], И.Н. Денисовой [2], Н.Е.Каики [4] и др. Вместе с тем в современных условиях турбулентности социально-политических, социально-экономических процессов представляется важным изучение персональных телеграм-каналов представителей органов государственного управления Российской Федерации, позволяющих оперативно распространять информацию о политических инициативах, законах и других аспектах государственной политики РФ, обеспечивая тем самым возможность гражданам активно участвовать в обсуждении актуальных вопросов государственной политики, вносить предложения и высказывать свое мнение.

Цель исследования – выявить коммуникационный потенциал телеграм-каналов в деятельности политических акторов (на примере телеграм-канала официального представителя Министерства иностранных дел Российской Федерации Марии Захаровой) и обосновать коммуникационную значимость персональных телеграм-каналов представителей органов власти Российской Федерации как комплементарных ресурсов продвижения государственной политики.

Основная часть. В условиях стремительных изменений глобальной информационной среды и широкого распространения интернет-технологий вопрос эффективного использования интернет-ресурсов представителями государственных структур приобретает особое значение. Во-первых, интернет-ресурсы – важный инструмент обеспечения открытости и прозрачности коммуникаций. Они позволяют оперативно распространять информацию о политических инициативах, законах и других аспектах государственной политики, обеспечивая тем самым доступ граждан к

актуальным данным. Это существенно повышает уровень информированности населения и способствует укреплению доверия к политическим акторам. Во-вторых, современные информационные платформы предоставляют возможности для более гибкого и адаптивного управления, учитывающего реальные потребности населения. В-третьих, использование интернет-ресурсов способствует повышению эффективности взаимодействия между различными представителями власти, а также между государственными учреждениями и субъектами других организационно-правовых форм собственности. Это позволяет более рационально распределять ресурсы, оптимизировать процессы принятия решений и ускорять внедрение инноваций.

Сегодня органы государственного управления Российской Федерации имеют интернет-сайты, широко используют интернет-ресурсы для усиления взаимодействия между властями и населением, что особенно важно в условиях цифровизации всех сфер жизнедеятельности общества. Использование интернет-ресурсов предоставляет уникальную платформу для обратной связи, позволяя гражданам высказывать свои мнения, задавать вопросы и получать необходимые разъяснения. Вместе с тем немаловажую роль в двусторонней коммуникации власти и общества приобретают персональные телеграм-каналы политических акторов. В данной работе предпринята попытка аргументировать коммуникационную значимость персональных телеграм-каналов представителей органов власти Российской Федерации как комплементарных ресурсов реализации и продвижения государственной политики.

Коммуникационная активность политических акторов в интернет-пространстве очевидна. Представители государственной власти, общественные деятели имеют свои персональные каналы в мессенджере «Телеграм», аккаунты в социальных сетях. Такая практика во многом обусловлена стремлением к открытости и доступности информации. Она дает гражданам возможность оперативно получать сведения о деятельности государственных учреждений. Чиновники являются общественными деятелями, и их поведение в социальных сетях напрямую влияет на общественное мнение. Контент и PR-стратегии должны быть ориентированы на проблемы, которые решаются, и на результаты. В аккаунтах должны публиковаться отчеты о проведенных мероприятиях, а также комментарии по самым важным и актуальным вопросам, затрагивающим интересы общества.

Ярким примером результативной интернет-коммуникации является персональный телеграм-канал официального представителя Министерства иностранных дел Российской Федерации (МИД РФ) Марии Захаровой [6].

В современном мире, где информация распространяется с высокой скоростью, МИД РФ необходимо адаптироваться к новым условиям общения. Телеграм-каналы стали площадками не только для официальных заявлений, но и для живого взаимодействия с различными аудиториями, что позволяет привлекать внимание к актуальной информации широких народных масс, в том числе молодежи, формировать общественное мнение, внутренний и внешний имидж государства.

Официальный представитель Министерства иностранных дел Российской Федерации Мария Захарова запустила свой телеграм-канал 1 июня 2021 года. Попутно отметим, что аккаунт в мессенджере она создала по просьбе российского журналиста и ведущего Владимира Соловьева.

В настоящее время на телеграм-канал официального представителя российского внешнеполитического ведомства уже подписаны более 500 тысяч человек. За 3 года функционирования на канале размещено более 9 тысяч публикаций (рис. 1). В среднем М.В. Захарова ставит в течение суток примерно 3–5 публикаций, но иногда, хотя достаточно редко, количество новостей может доходить и до 15. В среднем за неделю выходит около 50 публикаций. Изначально комментарии в телеграм-канале у Марии Захаровой были закрыты. Позднее представитель МИД открыла их, предоставив

возможность пользователям высказываться. Анализ комментариев показывает, что позитивные высказывания превалируют в сравнении с негативными. Меткие замечания М.В. Захаровой по поводу западных политиков вызывают активные обсуждения и находят огромную поддержку у пользователей мессенджера. Если среднестатистическая новость набирает приблизительно 100 комментариев, то понравившаяся – более 500. Эмодзи в мессенджере М.В. Захаровой закрыты. Она имеет 12 стикеров с личным изображением, которые можно добавить в канале «МИД России».

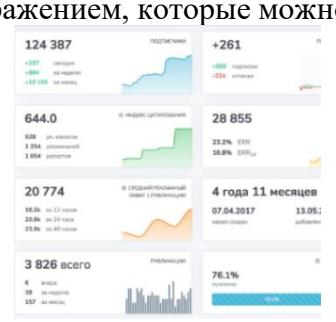


Рис. 1. Дашборд с основной информацией [https://tgstat.ru/analytics]

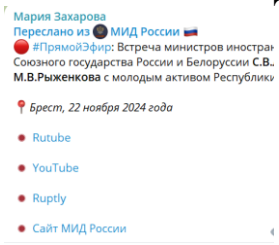


Рис. 2. Анонс встречи министра иностранных дел Сергея Лаврова с представителями союзных государств [https://t.me/MariaVladimirovnaZakharova/9306]

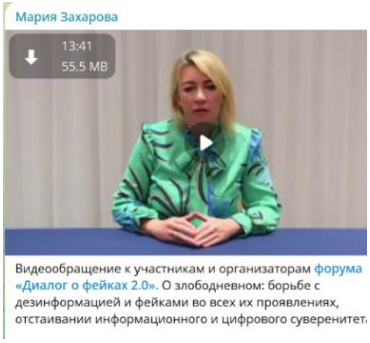


Рис. 3. Видеообращение к участникам и организатором форума «Диалог о фейках 2.0.» [https://t.me/MariaVladimirovnaZakharova/9286]

В своем телеграм-канале Мария Захарова регулярно делится важной информацией, касающейся работы Министерства иностранных дел Российской Федерации:

- об участии представителей ведомства в мероприятиях, встречах с представителями общественности и другими официальными событиями;
- освещает работу министра иностранных дел Сергея Лаврова (рис. 2);
- публикует международные новости;
- освещает отчеты и планы внешнеполитического ведомства;
- использует публикации о достижениях, завершенных проектах или результатах деятельности ведомства;
- отвечает на вопросы и комментарии аудитории;
- публикует официальные заявления и объявления о важных событиях;
- публикует материалы о СВО и защитниках Отечества;
- использует видеообращения и подкасты, видеофрагменты пресс-конференций, брифингов, конференций и т. д;
- комментирует действия различных политических деятелей;
- опровергает недостоверную информацию или фейки (рис.3);
- использует фотофакты и фотоматериалы.

Создание и функционирование телеграм-канала стало результативным коммуникационным инструментом Марии Захаровой как политического актора, подчеркивающим стремление МИД РФ и его представителей идти в ногу с современными коммуникационными тенденциями. В условиях глобальной информационной среды, где скорость и доступность информации играют ключевую роль, использование мессенджеров предоставляет уникальную возможность для прямого взаимодействия с аудиторией. Тематика постов варьируется от круглосуточного освещения событий на международной арене до личных размышлений на темы

культуры, истории, оценочных суждений по вопросам различных аспектов деятельности политических лидеров.

Для аккаунта Марии Захаровой не характерен дипломатический стиль речи. Представитель внешнеполитического ведомства своими публикациями в социальных сетях пытается расширить диапазон информационной работы и конструировать понятный и прозрачный диалог с соотечественниками и международной общественностью. М.В. Захарова использует доступный и привлекательный контент, включая в него визуальные элементы, короткие видеоролики и интерактивные посты, чтобы сделать сложные дипломатические темы более доступными для широкой аудитории. Кроме того, акцент на неформальном диалоге позволяет ей выглядеть более открытой к коммуникации, что помогает формировать положительный имидж России на внутриполитической арене и внешнем треке.

Мария Захарова с присущей ей уверенностью делится аналитическими материалами, комментариями по актуальным международным вопросам, а также ответами на запросы пользователей. Это создает атмосферу открытости и доступности, что так необходимо в мире, где каждый голос может быть услышан. Она нередко публикует важную информацию и свое мнение по поводу происходящих в мире событий. Мария Захарова не боится высказывать свою позицию по самым острым вопросам, от международных конфликтов до культурных обменов, что делает ее значимой фигурой в общественной дискуссии. Ее посты зачастую вызывают резонанс, что подтверждает знаковый статус ее коммуникативной личности в современном медиадискурсе. Такой неформальный подход позволяет не только привлекать внимание к официальной позиции России, но и формировать общественное мнение. Стремительный рост количества подписчиков телеграм-канала официального представителя российского внешнеполитического ведомства Марии Захаровой показывает, что ее голос оказывает значительное влияние на формирование информационного поля. Каждой публикацией, будь то аналитический комментарий или личное мнение по актуальным вопросам глобальной политики, она привлекает внимание как сторонников, так и критиков. Полмиллиона подписчиков – это не просто цифра, это показатель растущей потребности общества в альтернативных источниках информации. Как официальный представитель, она старается не только информировать, но и формировать общественное мнение. В условиях глобальных изменений и нестабильности ее платформа становится важным каналом донесения взглядов и позиций России для сограждан и мировой общественности, что, безусловно, привлекает внимание к ее деятельности.

Коммуникационная стратегия представителя МИД РФ Марии Захаровой показывает, что современная дипломатия требует адаптации к новым условиям формирования информационного пространства, когда каждая публикация может стать не только инструментом информирования, но и способом укрепления отечественных позиций в глобальной политике.

Заключение. Использование персональных телеграм-каналов политических акторов представляет собой важный шаг в адаптации дипломатической практики к требованиям времени и ожиданиям граждан. Важно осознавать, что работа с информацией – это не только о том, что мы хотим сказать, но и о том, как это будет воспринято. Успех дипломатической миссии во многом зависит от умения находить общий язык с разными целевыми аудиториями, что, безусловно, требует креативности и гибкости.

Мессенджер «Телеграм» является релевантным коммуникационным инструментом, который позволяет представителям органов власти, в том числе МИД РФ, оперативно освещать информационную повестку дня, поддерживать позитивный имидж ведомства в СМИ, обеспечивать эффективные связи с общественностью и может

служить эффективным комплементарным ресурсом продвижения государственной политики.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Амиров, В. М. Телеграм-каналы и медиатизация боевых действий: особенности репрезентации // Военная журналистика в современном мире: материалы Международной научно-практическойконференции. Санкт-Петербург: Медиапиар, 2023. С. 113-115.
2. Денисова, И.Н. Освещение вооруженного конфликта в Telegram (на примере телеграм-каналов военкоров) /И.Н. Денисова //Социально-гуманитарные знания. 2023. № 12. С. 132-136/
3. Каика, Н.Е. Телеграм-каналы руководителей органов государственного управления как востребованный медиаресурс в условиях военного времени /Н.Е.Каика // Журналистика в 2024 году: творчество, профессия, индустрия: сб. мат. междунар. науч.-практ. конф. – Москва: Фак. журн. МГУ, 2025. – 792 с. – С.331-333/
4. Каика, Н.Е. Коммуникативно-прагматические особенности регионального телеграм-канала в условиях военного времени /Н.Е. Каика //Актуальные проблемы региональной журналистики: сборник материалов Международной научно-практической конференции. 18 октября 2024 года. – Ростов-на-Дону: Издательско-полиграфический комплекс Ростовского государственного экономического университета (РИНХ), 2024. – 352 с. – С.97–107.
5. Лолаева, А.С. Электронная (цифровая) демократия в России: состояние и перспективы : монография / А. С. Лолаева. – Москва : Юрлитинформ, 2023. – 237 с.
6. Мария Захарова: телеграм канал. – URL: https://t.me/s/MariaVladimirovnaZakharova
7. Савельев, И.А. Контент-анализ официальных сайтов органов власти и управления субъектов Российской Федерации с различным уровнем социокультурной модернизации как информационного ресурса регионального группообразования // Реформирование властно-управленческой вертикали в условиях реализации национальных проектов и активизации процессов спонтанного группообразования: [монография] / А. В. Тихонов [и др.]; отв. ред. А.В. Тихонов; А. А. Мерзляков. ФНИСЦ РАН. – Москва: ФНИСЦ РАН, 2021. С. 283-302.
8. Цифровое неравенство в современном коммуникационном пространстве России: коллективная монография / Е.Л. Вартанова, О.Ю. Вихрова, А.А. Гладкова [и др.]; под редакцией Е.Л. Вартановой, А.А. Гладковой; Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Факультет журналистики. – Москва: Издательство Московского университета, 2023. – 186 с.

THE COMMUNICATION POTENTIAL OF TELEGRAM CHANNELS IN THE POLITICAL ACTORS ACTIVITIES

Annotation. The article deals with the issues of information and communication interaction between government and society. The role of communications between government representatives and citizens in terms of digitalization is described. The communication importance of the personal telegram channels of the Russian Federation authorities' representatives as complementary resources for the implementation of state policy is argued. The communication potential of the Ministry of Foreign Affairs of the Russian Federation official representative Maria Zakharova's telegram channel has been identified and characterized. It is argued that the Telegram messenger is a relevant communication tool that allows government officials, including the Russian Foreign Ministry, to promptly cover the information agenda, maintain a positive image of the department in the media, and ensure effective public relations.
Keywords: Internet resources, telegram channel, communication potential, political actors, dialogue between government and society.

Zhivotchenko N.P.
Scientific adviser: Kaika N. E., Ph.D., associate professor
Donetsk State University
E-mail: pressans@yandex.ru

УДК 82-1

«ВНИМАНИЕ! АВТОР СРЕДИ ВАС». ПОЗИЦИЯ АВТОРА В КАРТОТЕЧНЫХ ТЕКСТАХ Л.С. РУБИНШТЕЙНА

Кобзарь Н.С.
Научный руководитель: Кораблев А.А., д-р филол. наук, профессор
ФГБОУ ВО «ДонГУ»

Аннотация. В данной работе рассматривается специфика реализации концептуалистского принципа авторского «мерцания» в текстах Льва Рубинштейна. Делается вывод об отличительной радикальности соблюдения этого принципа в творчестве поэта.
Ключевые слова: Рубинштейн, концептуализм, московский концептуализм, субверсивная аффирмация.

В «Словаре терминов московской концептуальной школы» встречается статья: «НЕЗАЛИПАНИЕ — двойственное отношение к своему «Я», своему месту в мире, своему занятию, которое лучше всего определить как своеобразное "мерцание": то ты попеременно находишься внутри всего этого, то снаружи. Это "мерцание" происходит постоянно, в одном и том же ритме — то ты сохраняешь свой "идентитет", то теряешь его; то совмещаешь себя со своей профессией или делом, то — в следующее мгновение — оставляешь их» [5, с. 62-63]. В контексте московского концептуалистского искусства соблюдение такого принципа «незалипания», «мерцания» было необходимо прежде всего для возможности выдерживания определенной дистанции по отношению к своеобразно деконструируемому дискурсу (чаще всего советскому).

Авторы, творчество которых можно отнести к «белому» концептуализму (по классификации Дирка Уффельманна [6, с. 26-28]), в отличие, например, от авторов соц-арта и/или диссидентского искусства, не позиционировали себя как открытые оппоненты, противники советского режима, однако очевидно, что они таковыми являлись, но подрыв авторитета советской культуры производился ими не напрямую, а как раз-таки посредством этого самого авторского «мерцания». Наиболее яркий и часто встречающийся пример — прием, именуемый субверсивной аффирмацией: «…Субверсивная аффирмация предполагает "жизнь внутри дискурсов и языка этих дискурсов", которая выливается в тоталитарную — теперь уже в поэтическом плане — идею. Любой стиль письма можно воспроизвести, все можно… сказать» [5, с. 28]. Проще говоря, субверсивная аффирмация в контексте московского концептуалистского творчества представляет собой деконструкцию того или иного дискурса не посредством прямого разрушения, выявления противоречий и пр., а через его копирование, имитацию, вследствие чего возникает деконструирование, в котором трудно обвинить самого автора, ведь его собственного голоса в произведении, по большому счету, нет, он является лишь репродуктором. Для достижения такой дистанции концептуалисты нередко прибегали к созданию т.н. «персонажного автора», то есть искусственно сконструированного образа, играющего роль некоторой маски, от лица которой говорит реальный автор. В качестве яркого примера здесь можно привести множественные стихотворения Дмитрия Пригова, написанные от лица советского обывателя, или его же цикл стихов «Апофеоз милицанера».

Поэт Л.С. Рубинштейн, как один из основателей московского концептуализма, разумеется, тоже «мерцал» в своих текстах, однако в его случае это «мерцание» было несколько специфичным и отличалось от того, что мы можем видеть в текстах его коллег.

Начнем с того, как сам Рубинштейн называл себя. На раннем этапе творчества им был выбран псевдоним в вполне концептуалистском, полуабсурдном духе — Автор. Рубинштейн вполне мог и не избирать псевдонима, подписываться исключительно

собственным именем, но именно таким псевдонимом он как бы обращает особое внимание на свой авторский статус, не статус скриптора, как у Барта, а именно Автора — обязательно с большой буквы. Одна из наиболее известных цитат Рубинштейна — «Внимание! // Автор среди вас» [4, с. 188] из «Программы совместных переживаний» — в данном контексте тоже имеет особое значение («То обстоятельство, что Автор среди нас, придает данному моменту особый смысл» [4, с. 188]): дело в том, что изначально самим Рубинштейном предполагалось, что его картотечные тексты обязательно должны воспроизводиться в виде перформанса — прочитываться самим автором в кругу постоянных слушателей из концептуалистского круга. Это обстоятельство еще больше заостряет внимание реципиента на авторском присутствии в произведении.

Однако можно посмотреть на этот псевдоним и с другой стороны: как на намеренное подчеркивание условности авторской фигуры. Этот псевдоним также может говорить и о безликости, то есть самого Рубинштейна как бы нет, есть лишь некий абстрактный Автор, а поскольку сама фигура автора определяется прежде всего его личностью, то обезличивание этой фигуры посредством такого псевдонима можно считать ее стиранием, уничтожением.

Такие своеобразные крайние осцилляции (выражаясь языком авторов концепции метамодернизма), колебания между первостепенной значимостью авторской фигуры и полным ее стиранием можно наблюдать и непосредственно в самих текстах Рубинштейна.

Как и коллеги-концептуалисты, Рубинштейн очень часто прибегает к упомянутому в начале статьи репродуцированию и субверсивной аффирмации, однако использует он этот прием более радикально: если, например, Дмитрий Пригов для установления дистанции конструирует персонажного автора, от лица которого говорит, то в репродукциях Рубинштейна нет не только этого персонажного автора, но нет и в принципе никакого лица, воспроизводящего тот или иной стиль, жанр и пр. за автора реального. Если обратить внимание на этот аспект в большинстве картотек Рубинштейна, мы увидим, что в речи, представленной в них, нет никакого «я», нет говорящего — ни реального, ни вымышленного, ни условного: «Любой язык становится объектом, как только попадает в тексты Льва Рубинштейна. // "Любой язык" — это язык других. В языке уже нет место "я"» [1]. Если же мы не встречаем ситуации открытого репродуцирования в каких-то карточках Рубинштейна, мы все равно видим абсолютно безликие фразы, например:

15
Время идет.

16
Море волнуется.

17
Месяц светит.

18
Котенок плачет.

19
Озаряется
восток.

20
Время идет.

21
Устает
ребёнок

22
Мячик
отскакивает.

23
Сознание начинает
дребезжать.

24
Время идет [2, с. 492-493].

Параллельно этой крайней безликости в рубинштейновских текстах существует и крайняя искренность автора, его, наоборот, прямое и полное присутствие в тексте. Наиболее ярким примером можно считать текст «Мама мыла раму», полностью посвященный детству Рубинштейна (о чем мы можем говорить со стопроцентной уверенностью после выхода в свет книги комментариев автора к каждой строке произведения). Начиная текст с репродукции и «фраз в вакууме» — ни от кого не исходящих, ни к кому не адресованных, ни к чему не отсылающих — автор, на время заимствуя синтаксическую конструкцию изначальной фразы, плавно переходит к фрагментарному изложению собственных воспоминаний о детстве:

1.
Мама мыла раму.

2.
Папа купил телевизор.

3.
Дул ветер.

4.
Зою ужалила оса.

5.
Саша Смирнов сломал ногу.

6.
Боря Никитин разбил голову камнем.

<…>

10.
Первым словом было слово «колено».

11.
Юра Степанов смастерил шалаш.

12.
Юлия Михайловна была строгая.

<…>

18.
Мы ходили в лес.

19.
У бабушки был рак.

20.
Бабушка умерла во сне.

21.
Я часто видел бабушку во сне.

22.
Я очень боялся умереть во сне.

23.
Игорь Дудкин был похож на грузина.

24.
Сергей Александрович шутил с папой [3, с. 11-13].

Так, мы видим, что концептуалистский принцип «мерцания» в творчестве Рубинштейна обретает такую радикальность, что и сама метафора «мерцания», пожалуй, проигрывает в точности образу маятника, качающегося строго в две стороны без «полутонов» — либо автор полностью открывается и заявляет о себе, не прибегая к надеванию «маски», либо он полностью скрывается от читателя (или слушателя), не оставляя в тексте никаких «улик», никаких признаков своего присутствия.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Аронсон О. Слова и репродукции [Электронный ресурс] – режим доступа: https://ruthenia.ru/logos/number/1999_06/1999_6_14.htm
2. Рубинштейн Л.С. Время идет / Л.С. Рубинштейн // Большая картотека. – М.: Новое издательство, 2015. – С. 490-502.
3. Рубинштейн Л.С. Мама мыла раму. – М.: Новое издательство, 2022. – 146 с.
4. Рубинштейн Л.С. Программа совместных переживаний / Л.С. Рубинштейн // Большая картотека. – М.: Новое издательство, 2015. – С. 186-192.
5. Словарь терминов московской концептуальной школы. // Сост. А. Монастырский. – М.: Ad Marginem, 1999. 224 с.
6. Уффельманн Д. Дискурсы Владимира Сорокина. – М.: Новое литературное обозрение, 2022. – 312 с.

"ATTENTION! THE AUTHOR IS AMONG YOU". THE AUTHOR'S POSITION IN L.S. RUBINSTEIN'S TEXTS

Annotation. This paper examines the specifics of the implementation of the conceptual principle of the author's "flicker" in Lev Rubinstein's texts. The conclusion is made about the distinctive radicality of observing this principle in the poet's work.
Keywords: Rubinstein, conceptualism, Moscow conceptualism, subversive affirmation.

Kobzar N.S.
Scientific adviser: Korablev A.A. Ph.D., associate professor
Donetsk State University
E-mail: kobzar.ni@yandex.ru

УДК 811.9

ВЛИЯНИЕ РАЗЛИЧНЫХ ЯЗЫКОВ НА АРТЛАНГИ ДЖ.Р.Р. ТОЛКИНА

Костылев Б. А.
Научный руководитель: Титаренко Э. А., канд. филол. наук, доцент
ФГБОУ ВО «ДонГУ»

Аннотация. В данной работе рассматривается влияние различных языков на создание искусственных языков Дж.Р.Р. Толкина на примере языков квенья, синдарин и кхуздул. Концептуально работа основана на точке зрения тех лингвистов, которые относят данные языки к апостериорными – имеющими прототипы в уже существовавших или существующих языках (латинский, кельтские, семитские языки, финский, английский и др., хорошо известные Дж.Толкину). Отмечено, что особенностью его лингвистического конструирования является использование метода лингвистической реконструкции при создании искусственных языков.
Ключевые слова: апостериорный артланг, искусственные языки, квенья, синдарин, кхуздул.

Вступление. На сегодняшний день тема вымышленных языков развивается с огромной скоростью и охватывает всё более обширную аудиторию. Активно обсуждаются проблемы лингвоконструирования: возможность категории времени местоимений; взаимосвязь фонологии и системы письма; связь категории времени и порядка слов в предложении; фразеологизмы в вымышленных языках; падежные системы языков и способы выражения разных видов пациенса и др.

Искусственный язык, в том числе и артланг (язык, созданный как часть литературной, игровой или медийной вселенной) чаще всего создается на основе естественного языка или на базе уже какого-либо существующего искусственного языка. Все искусственные языки принято делить с точки зрения их генезиса на языки априорные и языки апостериорные. Априорные языки – это те, при конструировании которых не были широко использованы элементы существующих языков, языки неродственные языкам естественным. При конструировании апостериорных языков, напротив, широко используются элементы естественных языков, тем самым упрощается понимание таких конлангов, что более соответствует прагматической цели создания лингва франка. К апостериорным искусственным языкам относятся, например, широко известный эсперанто или современный вариант межславянского языка. Как отмечает В.В. Кочетков, апостериорное конструирование наиболее характерно для такой разновидности искусственных языков как конланг, в то время как априорное типично для артлангов для исследований [4, с. 73].

Освоение искусственных и естественных языков, их конструирование на основании собственных языков и наречий, составление собственной грамматики и фонетики, на протяжении всей жизни являлось для знаменитого английского филолога и писателя Дж. Р. Р. Толкина (1892-1973) неиссякаемым источником эстетического удовольствия. Исследователи отмечают, что создатель фантастической вселенной «Властелина колец», разработал более двадцати искусственных языков, каждый из которых имеет грамматику и лексический корпус: протоэльфийский, общий эльдарин, квенья, голдогрин, телерин, синдарин, илькорин, нандорин, аварин (все они относятся к эльфийской языковой семье); талиска, адунайский язык, вестрон, далийский, роханский, рованион, халадин, дунландский, друг, язык харадрим, язык истерлингов (на нём говорили хоббиты и люди в Третью Эпоху); секретный язык гномов — кхуздул, а также иглишмек (жестовый язык гномов); энтийский, валарин, Черное Наречие (использовались различными народами Средиземья); наффарин, гаутиск, магол (языки, основанные на естественных языках).

Согласно А. А. Богатырёву [2, с. 73], в современной филологии выделяют в отдельную противопоставляемую естественным историческим языкам категорию *конлангов* – искусственно сконструированных языков. Внутри этой категории особое место принадлежит *артлангам* – языкам художественных произведений, повествующих об альтернативной реальности. Для разработки и создания артлангов характерен акцент на их эстетических функциях, не менее значимых, чем собственно информативная. Для каждого из языков племен, вошедших в цикл повествований о Средиземье, Дж. Толкин разработал свою историю, свой словарный состав, грамматику, фонетическое описание, систему письма.

В создании искусственных языков, Джон Толкин берет за основу то, что знает о естественных языках. Языки Дж. Толкина – смесь того, что существует в естественных человеческих языках, где важным признаком будет являться сходство естественных языков с языками искусственными.

Рассматриваемые в работе языки квенья, синдарин и кхуздул относим к апостериорным языкам – имеющим прототипы в виде уже существовавших на земле языков, хотя и творчески синтезированных в новое целое артланга с его собственными правилами [2, с. 74].

В данной статье анализируется влияние различных языков при создании искусственного языка.

Актуальность исследования апостериорных языков обусловлена их лингвистической уникальностью. Изучение их лексики и грамматики позволяет глубже понять процессы создания артлангов и их функционирования. Также актуальность обусловлена популярностью творчества Дж. Толкина. Изучение языков позволяет глубже погрузиться в созданный мир мастера, расширить понимание его художественных приемов и их влияния на читательскую аудиторию.

Основная часть. Для передачи различных языков Средиземья Дж. Толкин использовал классический английский, древнеанглийский язык, древнескандинавские и кельтские элементы. Таким образом, существующая историческая связь между германскими языками была спроецирована на вымышленную генетическую взаимосвязь языков вселенной «Властелина колец» [5, с. 46-47].

Особенностью лингвистического конструирования Дж. Толкина является использование метода лингвистической реконструкции при создании искусственных языков. Например, название напитка *miruvor* ‘сладкий мёд’, как пишет сам автор, было придумано в 1915 году путём комбинации двух готских слов: *midu ‘мёд’ и woþeis ‘сладкий’ [7, с. XI]. Причем *midu реконструировано самим Толкином с использованием сравнительно-исторического метода. Название «эльфийской» письменности Tengwar совпадает с древнегреческ. τέκμαρ ‘знак, признак’. В.С. Муравьёв так охарактеризовал создание новых языков Дж. Толкином: «Ему не хватало наличной лексики языка – скажем, готского, – и он методом экстраполяции, с помощью чутья и воображения, создавал слова и обороты, которые могли быть, должны были быть. Собственно, и языков ему тоже не хватало, и он начинал изобретать новые, например, скрещивая древнеанглийский и уэльский на фоне финского» [3, с. 9].

Так, слово *hobbit* ‘хоббит’ сконструировано Дж. Толкином по весьма сложной модели: англ. hobbit возводится самим автором к *holbytla «hole-builder» — ‘строитель нор’. В этом слове содержатся древнеанглийские основы, однако такого слова в древнеанглийском языке не существовало. Дж. Толкин смоделировал и древнее обозначение, и его дальнейшее возможное развитие с учетом закономерностей английского языка. Существует еще одно название для хоббитов – Halfling(s) ‘половинчик(и)’, ‘полуослик(и)’. Автор пишет: “Так на всеобщем называли хоббитов. На самом деле такого слова в английском языке нет, но оно могло бы быть, так как образовано морфологически правильно и с помощью подходящего суффикса. Оно

означает «некто половинного размера». Для этого слова следует сконструировать в языке перевода аналог, содержащий корень со значением ‘половина’. В нидерландском переводе использовано слово *Halfling* (по-видимому, это осмысленное производное от слова *half* ‘половина’), хотя в нидерландском оно встречается не чаще, чем в английском)” [5, с. 187].

Согласно М. Платовой [6, с. 52], своими языковыми экспериментами Дж. Толкин косвенно поставил вопрос о правомерности работы по реконструкции праязыка, что до сих пор является конечной идеальной целью сравнительно-исторического языкознания.

Дж. Толкин также был заинтересован в изобретении приятных звуков и подходящих значений для отдельных слов; он создавал группы родственных слов, которое отображали общее значение. Например, корень слова MORO, схожий с индоевропейским ‘murder’, использовал, чтобы построить ряд слов, связаных с понятием тьмы, ночи и скрытных вещей: *mõri* – ночь; *morinda* – каждую ночь; *mõriva* - ночной; *morna, morqa* – черный; *moru* – утаивать, скрыть; *morwa* – неясный, тайный. Именно этот корень сохранился в языке и был использован для образования названия двух наиболее темных мест в «Властелин Колец» – Мория (Черная пропасть) и Мордор (Земля тьмы).

Рассмотрим на примерах языков квенья, синдарин и кхуздул.

Квенья – это один из двух главных эльфийских языков, созданных Дж. Толкином. Носители языка квенья – эльфы, или «перворожденные», которые считаются воплощением красоты мира. Язык подобной расы должен также воплощать красоту и возвышенность, чтобы наиболее точно отражать особенности своих носителей. Работа над Квенья началась ещё в 1915 году, когда Дж. Толкин стремился создать язык, который бы звучал как прекрасный, благородный и «древний» язык. В одном из своих писем Толкиен писал о языке квенья как об архаичном языке мудрости (что-то вроде «эльфийской латыни»), транскрипция которого на письме очень близка к латинской. Фактически, можно сказать, что квенья был создан на основе латыни с добавлением двух других основных «компонентов», которые доставляли Толкину «фоноэстетическое» (phonaesthetic) удовольствие: финского и греческого. По Толкину, звучание слов вымышленного языка должно оставаться в пределах естественной человеческой и даже, наверное, европейской фонетики [1].

Видим, что в основе лексики квенья лежит финский язык, который, как отмечал сам автор, вдохновлял его своей красотой и мелодичностью. Для создания грамматической структуры и фонетики квенья, лингвист Дж. Толкин использовал элементы латинского и древнегреческого языков, заимствуя их классическую строгость и сложность. Таким образом, квенья объединил в себе черты финского мелодичного звучания и стройность грамматической системы классических языков.

квенья *anta* ‘давать’– финск. antaa

квенья *tie* ‘путь’ – финск. tie

квенья *kû* ‘месяц, луна’ – финск. kuu

квенья *tul* ‘приходить’ – финск. Tulla.

Отметим заимствования с готского: *irmin* ‘обитаемый мир’ производное от готск. irmen ‘земля’, lese- ‘собирать’ < готск. lisan ‘собирать’ [8], qete ‘речь’ – древнеанглийск. cweðan ‘говорить’ [8].

Есть и прямые заимствования из современных европейских языков:

квенья *auqa* ‘неуклюжий; трудный’ – англ. awkward,

law ‘тёплый’ – нем. lau и др.

Дж. Толкин отмечает, что по тембру гласных квенья скорее напоминает испанский или итальянский, чем английский язык. Чтобы сделать произношение более понятным для читателей, привыкших к английской орфографии, Толкиен ставил знак «трема» над гласными (Manwë, laurië), чтобы показать, что конечный [e] не является немым, а также обозначал долготу гласного: [ú] [1].

Само название языка, как отмечают исследователи, с одной стороны, является однокоренным со словом *quendi* ‘эльф’, а с другой стороны также происходит от названия одного из финских диалектов *Куепог* (квенор), который стал одним из источников для создания эльфийского языка.

Квенья оказал значительное влияние на формирование **синдарина** (см. рис. 1). В отличие от квенья, который использовался в основном в формальных и литературных контекстах, синдарин был языком живого общения, песен и повседневных рассказов.

Важным аспектом, объединяющим квенья и синдарин, является их двойственная система письменности: оба языка использовали рунический алфавит кирт (cirth), а также более изящный и развитый алфавит тенгвар (tengwar). Интересно отметить, что для записи самих названий этих алфавитов и языков также могли использоваться как руны кирта, так и тенгвар, именно эти системы письма приводятся в Приложениях к «Властелину Колец». Хотя в основе обоих алфавитов лежат различные системы письма (от рун до сложных знаковых систем), Дж. Толкин опирался на латинский алфавит при разработке принципов транслитерации и организации знаков.

В основу синдарина легли кельтские языки, в особенности валлийский, благодаря которым язык имеет мелодичное и «британское» звучание. Также исследователи отмечают влияние древнеанглийского и древнескандинавского.

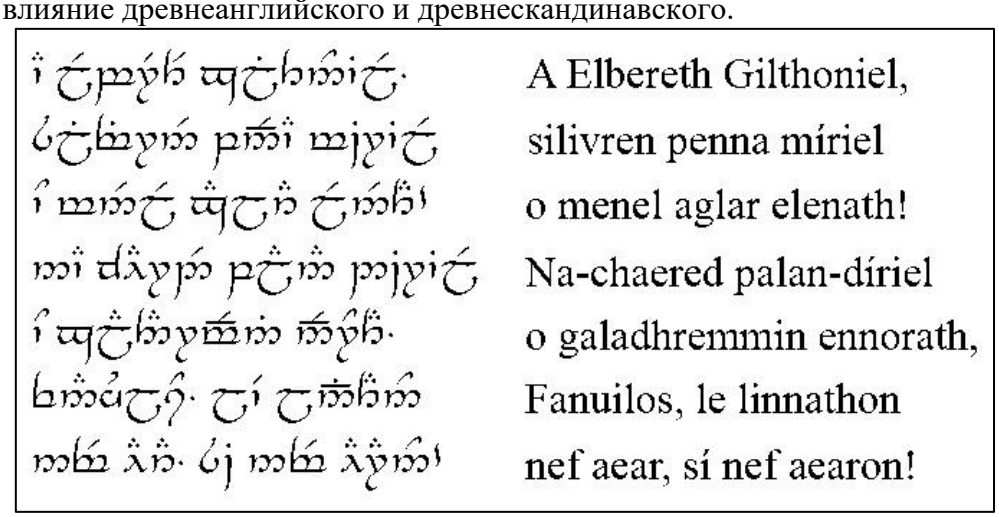


Рис. 1 (Песнь-молитва к Элберет на синдарине, записанная латиницей и тенгваром)

Отметим и некоторые грамматические аналогии современным европейским языкам, например, наличие артикля. Определенный артикль в синдарин, это “i” в единственном числе и “in” во множественном: Edhel (эльф) – i Edhel (этот эльф), Adan (человек) – i Adan (этот человек), Aer (море) – i Aer (это море).

Кхуздул (хуздул) – язык гномов Средиземья. Кхуздул был создан в 30-е годы XX века, но в отличие от квенья и синдарина, он сохранил некую «таинственность». Толкин никогда не раскрывал его структуру так же полно, как структуру эльфийских языков. Кхуздул не имеет хорошо развитой и опубликованной грамматики, что существенно затрудняет изучение языка и понимание его структуры. Источником информации о кхуздуле служат в основном отдельные слова и фразы, встречающиеся в произведениях Дж. Толкина, а также немногочисленные лингвистические заметки в его записях. Основой для создания лексики кхуздула послужили семитские языки, в частности древнееврейский. Основы слов кхуздул, как и в семитских языках, представляют собой не полные слова, а группы согласных, чаще всего по три. Имена существительные и прилагательные имеют формы единственного и множественного числа и, подобно семитским языкам, могут находиться в абсолютном или конструктивном состоянии, указывающим на связь со следующим существительным, являясь качеством,

принадлежностью или частью этого существительного. Из кхудзула известны лишь несколько слов, включая имена собственные, и боевой клич *Baruk Khazâd! Khazâd ai-mênu!* – «*Топоры Гномов! Гномы на вас!*» [1].

Выводы. Лингвистические эксперименты Дж. Толкина во многом послужили отправной точкой современного языкотворчества в плане создания вымышленных языков. Исследователи отмечают его глубокое знание многих современных и древних языков, использование метода лингвистической реконструкции. Видим, что базой артлангов Дж. Толкина выступала структура естественного языка как такового, а не конкретный естественный язык. Роль конкретного языка проявлялась в общем влиянии на создаваемый артланг.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бразговская Е. Авторские языки для «возможных» миров: Х.Л. Борхес, У. Эко и Дж. Р. Толкиен (Электронный ресурс) – Режим доступа: http://philolog.pspu.ru/module/magazine/do/mpub_7_138 (Дата обращения; 12.02.2025)

2. Богатырёв А.А. Поэтика, фоносемантика и лингвоколориты артлангов Средиземья Дж.Р.Р. Толкина / А.А. Богатырёв, О.С. Гагрова // Мир лингвистики и коммуникации: электронный научный журнал. – 2023, № 1 – С. 69–92. – Режим доступа: www.tverlingua.ru (Дата обращения; 12.02.2025)

3. Муравьёв В.С. Предыстория // Толкин Дж.Р.Р. Хранители: Повесть. Пер. с англ. / Предисл. В.С. Муравьёва. – М.: Радуга, 1988.

4. Кочетков В.В. Особенности функционирования примитивного искусственного языка / В.В. Кочетков, М.Е. Кочеткова, А.О. Якимец // Научный поиск: личность, образование, культура. – №2(40) 2021. – С.72-75.

5. Никулина П.С. Эльфийские языки в творчестве Д.Р.Р. Толкина / П.С. Никулина, Л.И. Татанова // Актуальные вопросы гуманитарных наук глазами молодежи сборник научных статей по итогам IX международной и X межвузовской научных конференций студентов и молодых ученых. Рязанский государственный университет имени С.А. Есенина. 2016. – С.44-49.

6. Платова М. Лингвопроектирование. Дис. д-ра филол. наук. 2003 г. – Режим доступа: http://gallardo.narod.ru/tolkien/diss/vvedenie.html

7. Tolkien J. R. R. On Translation // Tolkien J. R. R. The Lord of The Rings. Vol. 3. Appendix F, II. Pp 1489-1496. – London: Harper Collins Publishers, 2007.

8. Историко-литературный сайт для ценителей творчества Дж.Р.Р. Толкина – Режим доступа: https://xn--80aalc3anw3h.xn--p1ai/zhivye-mjortvye-yazyki/lingvisticheskaya-osnova-yazykov-sredizem-ya/62-metody-tolkinovskogo-yazykotvorchestva.html (Дата обращения: 12.02.2025)

THE INFLUENCE OF DIFFERENT LANGUAGES ON J.R.R. TOLKIEN'S ARTLANGS

Annotation. This paper examines the role of foreign words in the creation of J. R. R. Tolkien's artificial languages using Quenya, Sindarin and Khuzdul as examples. These languages are a posteriori – having prototypes in already existing or pre-existing languages (Latin, Celtic, Semitic languages, Finnish, English). It is noted that a feature of J. R. R. Tolkien's linguistic construction is the use of the method of linguistic reconstruction in the creation of artificial languages.

Keywords: a posteriori artlang, artificial languages, Quenya, Sindarin, Khuzdul.

Kostylev B. A.
Scientific adviser: Titarenko E. A., associate professor
Donetsk State University
E-mail: Karpov_10077@mail.ru

УДК 81’37

ОСОБЕННОСТИ СЕМАНТИКИ И ПЕРЕВОДА РУССКИХ ЛЕКСЕМ С ЧИСЛОВЫМ ЗНАЧЕНИЕМ И ИНТЕНСИФИКАТОРОВ[1]

Круглякова Е. Д.
Научный руководитель: Титаренко Э. А, канд. филол. наук, доцент
ФГБОУ ВО «ДонГУ»

Аннотация. В данной работе рассматриваются особенности значения и перевода лексем с числовым значением и интенсификаторов. Представлены классификация эмотивных интенсификаторов русского и английского языка Г.И. Берестнева, классификация интенсификаторов по лексико-семантическим типам в славянских языках М.С. Хмелевского, позволяющие увидеть аналоги лексем в различных языках, выбрать подходящие приемы перевода лингвоспецифичной лексики. Отмечены когнитивные и грамматические аспекты передачи семантики интенсивности и числовых значений.
Ключевые слова: числовые лексемы, интенсификаторы, семантика, перевод, языковая картина мира.

Введение. Перевод лексем с числовым значением и интенсификаторов представляет собой одну из сложных задач в лингвистике, поскольку требует не только точной передачи количественной информации, но и учёта тонких семантических, грамматических, культурных и грамматических нюансов, контекста языковой картины мира.

Согласно А.А. Небылицину [5], при переводе лексем и конструкций со значением интенсивности необходимо обращать внимание на: 1) интенсивные категории, которые составляют основу словарного значения интенсивности той или иной языковой единицы; 2) уникальные категории интенсивности, которые появляются у единицы, будучи использованными в определенном высказывании, т. е. категории, появляющиеся при взаимодействии с другими элементами высказывания; 3) способ выражения таких категорий – внутренний, или имплицитный (когда единица не имеет графического отображения интенсивности), и внешний, или эксплицитный (когда интенсивность выражена в единице графически). И наконец, переводчик должен постараться сохранить исходный объем высказывания для передачи когнитивного фокуса текста оригинала.

Цель статьи – рассмотреть особенности семантики и перевода русских лексем с числовым значением и семантикой интенсивности на английский и славянские языки.

Основная часть. 1. Лексемы с числовым значением. По А. А. Зализняк, будучи важнейшими знаками универсального числового кода, слова *оба* и *единый* обнаруживают интересные лингвоспецифичные черты [2, с. 163] и особенности русской языковой картины мира.

Оба. Л. Н. Иорданская, И. А. Мельчук [3, с. 57] называют *оба* уникальным словом русского языка. Ученые отмечают, что лексема-числительное *оба$_1$* сходна с прилагательными в том, что она согласуется с квантифицируемым существительным по роду: *оба вопроса / оба мальчика* и *обе проблемы / обе девочки, оба$_{2a}$* и *оба$_{2b}$* представляют собой субстантивацию лексемы оба$_1$ с сужением смысла, – только о человеке: *Я знаком с обоими / обеими*. Причем лексема оба$_1$ (*обе таблицы*) является дефектным количественным числительным; лексемы оба$_{2a/2b}$ (*Оба/Обе уже уехали*) – местоименные существительные [3, с. 61].Числительное *оба* в русском языке характеризуются возможностью обозначения двух объектов или лиц, и его форма зависит от рода существительных, с которыми оно согласуется: *оба* – мужской род и средний род (*оба студента, оба окна*), *обе* – женский род (*обе девушки*). Для перевода

[1] Исследование выполнено в рамках инициативной темы «Языковая картина мира в контексте новейших лингвистических парадигм» (номер госрегистрации НИОКТР 124112200105-7).

лексемы *оба* на английский язык используется неопределенное местоимение *both* ‘оба, обе’ в различных конструкциях: *both of us,* them both: ***Обе*** *мои подруги замужем. –* ***Both*** *my friends are married. Мы* ***обе*** *любим танцевать. –* ***Both of us*** *like dancing. Я знаком с* ***обоими / обеими****. – I know* ***them both****.* Перевод на русский язык требует учитывать необходимость согласования в роде: ***Both of us*** *like dancing – Мы оба* или же *обе любим танцевать.*

Один реализует значения ‘число, наименьшее в десятке’, ‘определенный’, разг. ‘чрезвычайный, очень сильный; сплошной’. В зависимости от семантики может передаваться на английский язык числительным *one*, неопределенным артиклем: ***один*** *билет –* ***one*** *ticket*; *она встретила* ***одну*** *свою приятельницу – she met* ***a*** *friend of hers.* В значении ‘чрезвычайный, очень сильный; сплошной’ опускается при переводе: *Куда бы ты ни пошёл, всюду* ***одни*** *неприятности. – Everywhere you go, bad things happen*.

Единый. Аналогами лексемы в английском языке будут ***unified***: *создать единый фронт – make a unified front*; ***unitary:*** единым образом *– in a unitary way*; ***single****: ни единого шпиля – not one single spire*. Возможен прием опущения: *У Кларка нет не единого шанса. Clark has no chance.* Как отмечает Анна А. Зализняк, название партии «Единая Россия» обычно переводится на английский как *United Russia*, что очевидным образом неточно, поскольку выражает совершенно другую идею – «объединенная Россия». Единая Россия – это совершенно не то же, что Соединенное Королевство Великобритании и Северной Ирландии, Соединенные Штаты Америки, Объединенные Арабские Эмираты или Организация Объединенных Наций. Формула «Единая Россия» восходит к лозунгу Белого движения «Единая и неделимая Россия» и выражает не идею соединения каких-либо частей, а, наоборот, идею неделимости [2, с.177].

Двое, трое. Согласно Т.Б. Лукиновой [4, с.2-3] в современных восточнославянских языках, как и в польском и словацком, никакой собирательности числительные типа *двое, пятеро* не выражают. Словосочетания укр. *чотири вершники, шість делегатів, десять спортсменок* синонимичны укр. *четверо вершників, шестеро делегатів, десятеро спортсменок*. То же автор отмечает для русск. *двое военных, четверо рабочих* и под. По своей семантике последние полностью синонимичны первым. В таких контекстах перевод собирательные числительных не вызывает трудностей, и на язык, в котором разряд собирательных числительных отсутствует, например английский, они передаются количественными аналогами: русск. *двое военных = два военных =* англ. *two military men.* Приведем примеры перевода: ***Трое*** *в лодке. –* ***Three men*** *in a boat. Тогда он понял, что* ***эти двое*** *– муж и жена. He knew, then... They were man and wife,* ***those two***. ***Эти двое*** *поскакали вдогонку, Фиа с Мэгги выехали последними – галопом к реке, на другой берег и дальше, навстречу дыму.* ***The two swaggies*** *followed, and last to leave, Fee and Meggie rode at a gallop down to the creek, across it and away toward the smoke*.

Двойка, **тройка**. В значении оценки на английский язык переводится *bad mark* (плохая отметка), *С*: ***Тройка*** *с минусом была подарком для тебя. –* ***С****-minus was your gift*. Специфичным для русского исчисления, языковой картины мира, определим конструкцию ***пара-тройка***, аналогом которой в английском языке, как правило, является *a few* ‘немного’, **two or three** ‘два или три’: *Ну, я проходил через это* ***пару-тройку раз****. – Well, I've been through it* ***two or three*** *times*; *a couple of* ‘≈ парочка’*: Там есть* ***пара-тройка людей*** *…. – There are* ***a couple of people*** *….*

2. Конструкции со значением множественности и интенсивности. В русском языке конструкции, передающие идею изобилия или чрезмерного количества, например, *тьма-тьмущая*, *видимо-невидимо*, часто сочетают количественное обозначение с экспрессивной гиперболой. Подобные конструкции не только сообщают о большом числе объектов, но и создают эмоциональный фон, отражающий отношение говорящего к явлению. Варианты переводов русского *тьма-тьмущая* – как стилистически нейтральное a lot of, так и эмоционально окрашенные *hordes and hordes, an army of.*

Переводчик может прибегнуть к синтаксическим трансформациям, дополнению пояснительными оборотами, чтобы сохранить когнитивную и эмоциональную нагрузку исходного высказывания. Сложные конструкции, передающие множественность, могут быть заменены на описательные фразы, где количественный аспект передаётся посредством уточняющих оборотов (например, *a nearly uncountable array of*).

При переводе интенсификаторов целесообразным считаем ориентироваться на семантические типы эмотивных интенсификаторов русского и английского языка, представленные в работе Г.И. Берестнева [1, с. 26].

1**. Психологическое воздействие (аффект**)

1.1. Страх, ужас:

англ. hideously, horribly, terrifyingly, terribly, dreadfully, awfully, awesomely, eerily, uncannily, tremendously;

русск. кошмарно, ужасающе, страшно, жутко, ужасно.

1.2. Сильное удивление, глубокое впечатление:

англ. amazingly, stunningly, incredibly, surprisingly, stupendously, monstrously;

русск. удивительно, поразительно, изумительно, замечательно, ошеломительно, потрясающе, умопомрачительно, чудовищно, необыкновенно, невероятно, необычайно, невыразимо, несказанно, неслыханно.

1.3. Чувство жалости: англ. pathetically.

1.4. Чувство стыда:

англ. shamefully, shamelessly;

русск. бесстыдно.

1.5. Смех: англ. ridiculously, ludicrously;

русск. смехотворно.

2. **Физиологическое воздействие**

англ. refreshingly, brilliantly, nauseously, nauseatingly;

русск. блестяще, больно, мучительно, тошнотворно, ослепительно.

3. **Воздействие физической силы** англ. intensely; русск. сильно.

4. **Большой размер, большое пространство**

англ. vastly, plain, massively, gigantically;

русск. широко, колоссально.

5. **Большое количество**

англ. doubly, lavishly, totally, astronomically, cosmically;

русск. астрономически, космически, вдвойне, втройне.

6. **Предел**

англ. dead, downright, absolutely, perfectly, derously, unbearably, intolerably;

русск. предельно, крайне, совершенно, смертельно, весьма, невыносимо, нестерпимо.

7. **Нарушение физических границ и границ реальности**

англ. overly, extra, extraordinarily, increasingly, fantastically, fabulously, unbelievably;

русск. беспредельно, фантастически, нереально, сказочно, парадоксально, невероятно, бесконечно, безмерно, сверхъестественно.

8. **Стихийная сила**

8.1. Неконтролируемая сила

англ. insanely, insatiably, wildly, crazily;

русск. безумно, бешено, дико, нечеловечески, зверски.

8.2.Метафизическая сила («нечистая»)

англ. fiendishly, devilishly, hellishly, sinfully;

русск. чертовски, дьявольски, сатанински, адски.

8.3.Метафизическая сила («Божественная»)

англ. divinely;

русск. божественно, ангельски.

8.4. Реальность, как сила воздействия на человека

англ. really, truly;

русск. действительно, поистине.

9**. Явность, очевидность, заметность**

англ. blatantly, notoriously;

русск. явно, очевидно.

10. **Отрицательные последствия (результат) воздействия** англ. badly, severely.

В представленной матрице исследователи анализируют отсутствие прямых соответствий для ряда позиций в английском и русском языках, отмечая, что в русском лингвокультурном сознании несколько более активным по сравнению с английским является обращение к идеям удивления, предела, нечистой силы для усиления признаковой семантики слов [1, с. 27].

При переводе интенсификаторов также целесообразно, по нашему мнению, учитывать классификацию интенсификаторов по лексико-семантическим типам, представленную в работе М.С. Хмелевского [6, с. 126]: 1) наречия, которые развили значение усилителя на базе общего семантического признака мотивирующего прилагательного ‘**большой по своим размерам, громадный**’ (ст.слав. *вельми*, от общеславянского **velbjb* ‘большой’), польск. *wielce*, *ogromnie*, чеш. *velmi*, *velice*, *ohromne*; 2) наречия-интенсификаторы, сформированные на базе общего семантического признака мотивирующих прилагательных ‘**действующий с большой силой**’ (ст.слав. *зѣло* (от *зѣлъный* - ‘сильный’), русск. *сильно интересоваться*, *крепко любить*, *Народу сила!*; польск. *silnie*, *mocnie*; 3) значение высокой степени признака и действия на базе общего качественного значения ‘**вызывающий чувство ужаса, наводящий страх, жуткий**’. В данном ряду слов обращает на себя внимание наречие *страшно*, встречающееся во всех славянских языках, русск. *ужасно любить*, *жутко интересный*, пол. *okropnie* (от okropny ‘свирепый, жестокий, жуткий’). М.С. Хмелевский отмечает, что лексико-семантический тип формирования наречий-интенсификаторов на базе лексического значения мотивирующих прилагательных ‘вызывающий чувство ужаса, страха’ относится к славянским универсалиям: русск., *жутко красивый*, польск. *okropnie wielki*.

Анализ предложенных классификаций позволяет увидеть эффективные приёмы адаптации, что даёт возможность выработать подходящие аналоги при переводе лингвоспецифичной лексики. Переводчик, осознавая сложность передачи множественности и интенсивности, должен сочетать формальную точность с творческой адаптацией, чтобы обеспечить максимальное сохранение смысловой и экспрессивной целостности оригинала.

Словообразовательные интенсификаторы. Исконные интенсификаторы (префиксы *пре-* и *раз-* / рас-, суффиксы *-ущ-* / *-ющ-*, *-охоньк-* / *-ехоньк-* и т.д.) Е.В. Скачкова делит на две группы в зависимости от того, могут ли они содержать эмоционально-оценочный компонент [7, с. 178-180]. Первая группа — это те морфемы, которые никогда не привносят такой компонент в значение производного слова. Сюда относят префиксоиды *много-*, *сильно-*, *высоко-*: *многоговорливый*, *сильноалкогольный*, *высокопродуктивный* и т.д. Интересно, что в английском языке русским сложным словам с первым компонентом ***сильно-*** соответствует ***highly*** ‘букв. высоко’: *сильноветвистый – highly branched, сильногазированный – highly carbonated, сильнодействующий – highly potent*. Вторую группу исконных формантов, согласно Е.В. Скачковой, представляют суффиксы, для которых подобное значение не только обязательно, но и представляется основным. Сюда входят такие единицы, как *-ущ-* / *-ющ-* (*здоровущий*, *хитрющий*, *длиннющий*), *-охоньк-* / *-ехоньк* (*белехонький*, *новехонький*), *-оньк-* / *-еньк-* (*легонький*, *молоденький* и т.д.). Данную группу считаем лингвоспецифичной для русского языка. В переводах с русского языка на английский может утрачиваться семантика субъективной

оценки, если перевод выполнить только соответствующим прилагательным без учета семантики исконного суффикса или префикса: *Список* ***длиннющий***. *– That's a* ***long*** *list. Да,* ***хитрющий****, как лиса. – Yeah,* ***dumb*** *like a fox. Василиса* ***Премудрая*** *– Vasilisa the* ***Clever*** */****Wise*** (Умная / Мудрая).

Выводы. Перевод лексем с числовым значением и интенсификаторов представляет собой лексическую, грамматическую и лингвокультурологическую задачу, требующую учёта множества факторов, таких как полисемия слов, культурные различия и контекстуальные нюансы. Исконные словообразовательные форманты-интенсификаторы в русском языке, обладающие экспрессивной и субъективно-оценочной семантикой, при переводе на английский язык нередко ее утрачивают. Прямой перевод русских лексем с числовым значением и интенсификаторов также может не передать всего смысла и эмоциональной окраски, требует применения переводческих трансформаций. Приведенные в работе классификации интенсификаторов Г.И. Берестнева и М.С. Хмелевского помогают выявить приемлемые аналоги перевода исследуемых единиц.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Берестнев Г.И. Эмотивные интенсификаторы английского и русского языков: от типологии номинаций к когнитивным установкам / Г.И. Берестнев, И.Б. Васильева // Вестник Челябинского государственного университета. – 2016. – № 1 (383). Филологические науки. – Вып. 99. – С. 21–32.

2. Зализняк Анна А. Исследования по русской и компаративной семантике / Анна А. Зализняк, А.Д. Шмелев — М.: Издательский Дом ЯСК, 2021. – 552 с.

3. Иорданская Л. Н. Оба — уникальное слово русского языка / Л.Н. Иорданская, И.А. Мельчук // Вопросы языкознания. – 2021. – № 1. – С. 57–69.

4. Лукинова Т. Б. Из истории числительных в славянских языках / Т. Б.Лукинова // Opera Slavica. 1999, Vol. 9, Iss. 2, Pp. 1-9.

5. Небылицин А.А. Особенности перевода категорий интенсивности (на примере спортивных текстов / А.А. Небылицин // Известия Волгоградского государственного педагогического университета, 2016. – № 6. – С. 117–121.

6. Хмелевский М. С. Формирование разряда наречий-интенсификаторов в славянских языках / Михаил Сергеевич Хмелевский // Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук : Специальность 10.02.03 – славянские языки. – Санкт-Петербург, 2003. – 21 с.

7. Скачкова Е.В. Экспрессивно-оценочная семантика словообразовательных интенсификаторов в современном русском языке (на материале компьютерно опосредованной разговорной речи) // Е.В. Скачкова // Вестник Челябинского государственного университета. – 2019. – № 4 (426). Филологические науки. – Вып. 116. – С. 176–182.

THE SEMANTICS AND TRANSLATION OF RUSSIAN NUMERICAL LEXEMES AND INTENSIFIERS

Annotation. This paper examines the features of meaning and the problem of translating lexemes with numerical meaning and intensifiers. The paper analyzes the classification of emotive intensifiers in Russian and English by G.I. Berestnev, and the classification of intensifiers by lexical-semantic types in Slavic languages by M.S. Khmelevsky, which allow us to see effective methods of adapting intensifiers and develop suitable analogues when translating linguistically specific vocabulary. The paper highlights the cognitive and grammatical aspects of conveying intensity and numerical meanings.

Keywords: numerical lexemes, intensifiers, semantics, translation, linguistic worldview.

Kruglyakova E.D.
Scientific adviser: Titarenko E.A., Ph.D., associate professor
Donetsk State University
E-mail: kruglyakovakate@yandex.ru

УДК 32.019.51

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МАНИПУЛЯЦИОННЫХ ПРИЁМОВ И МЕТОДОВ ПРОПАГАНДЫ СОВРЕМЕННЫМИ СМИ В ПЕРИОД ПРОВЕДЕНИЯ СВО В ДОНБАССЕ

Кудряшов И.В.
Научный руководитель: Гудова Т.В., старший преподаватель
ФГБОУ ВО «ДОНГУ»

Аннотация. В работе рассматривается использование манипуляционных приёмов и методов пропаганды современными СМИ в период проведения СВО в Донбассе. Описано развитие пропаганды и её связь с историческими этапами, приведены примеры манипуляционных приёмов и способы для их противодействия. Кроме того, присутствует прямое аналитическое сравнение поведения СМИ разных стран в период проведения СВО.
Ключевые слова: СМИ, СВО, ПРОПАГАНДА, ДОНБАСС, МАНИПУЛЯЦИИ.

Пропаганда и различные манипуляционные приёмы – это то, с чем многим людям приходится мириться и сосуществовать. Эти вещи оказывали, оказывают и будут продолжать оказывать влияние на умы людей: от античности до современности. Но особо опасным пропагандистское влияние стало сейчас: в период СВО. Можно с полной уверенностью сказать, что в наше время информационная война ведётся очень и очень ожесточённо. А это говорит о том, что необходимо иметь представление не только о пропаганде и её методах, но и о том, как с ними бороться… «Разобрать» пропаганду на составные части будет лучше на примере СМИ. Но и «теорией» пропаганды также не следует пренебрегать, ибо в таком случае очень трудно понять суть того предмета, с которым мы должны бороться.

Пропаганда [1] всегда много значит и значила для людей на всех этапах исторического развития. Поскольку люди – это социальные существа, которые живут в обществе, то всегда важно иметь элемент контроля за сознанием масс. Это основное значение данного явления. Пропаганда как форма массовой коммуникации и воздействия на общественное мнение прошла через несколько исторических этапов развития. Разделение на этапы крайне условно, но, так или иначе, оно чётко прослеживается. Всего этапов развития явления у нас семь, а именно: античность, средневековье, эпоха Реформации, эпоха Просвещения, девятнадцатый век, двадцатый век, современная эпоха. Если рассматривать пропаганду времён античности [2], то её общие черты: использование монументальности, религиозности, нумизматики и риторики. Влияние античности на становление сегодняшних СМИ никоим образом нельзя недооценивать, ибо величайшие ораторы того времени положили начало риторике, без грамотных навыков которой хороший журналист сегодня – не журналист. Средневековье [3] продемонстрировало, что пропаганда может служить не только для политической борьбы, но и как сильное средство контроля над мыслями людей через религиозные учения. Хотя с тех пор цели и методы изменились, но этот период стал основой для использования веры как инструмента влияния, который позже применяли и в более светское время. Эпоха реформации так же оказала огромное влияние на пропаганду и её развитие. Можно сказать, что данная эпоха является чем-то «промежуточным» между средними веками и эпохой просвещения. Был изобретён печатный станок, а многие известные мыслители, повлиявшие на пропаганду, стали писать свои книги. Эпоха Просвещения стала менять мысли людей, формируя новые идеологии (либерализм), а роль газет повысилась, что отразилось на современных СМИ. Пропаганда стала не только инструментом власти, как это было ранее, а обоюдоострым оружием. Девятнадцатый, двадцатый и двадцать первый век в контексте исторического

развития пропаганды и влияния её на современные СМИ следует рассматривать вместе [4], поскольку эти эпохи неразрывно связанны друг с другом. В девятнадцатом веке было несколько ключевых моментов, что повлияли на пропаганду и её развитие, а именно: развитие массовой печати, газеты и журналы стали общедоступными, что лишь увеличивало эффект пропаганды; были сделаны научные открытия и прорывы в области психологии и социологии, что позволило лучше понимать природу людей и, разумеется, это сыграло свою роль в эпоху пропаганды; появился телеграф и телефон, что позволило передавать информацию на большие расстояния. В конце 19-го века и в начале 20-го века методы пропаганды становились более утончёнными. Это произошло во многом благодаря развитию технологий. На момент двадцать первого века все эти средства не устарели, но перешли во второй план. Двадцать первый век можно воистину назвать оплотом пропаганды, поскольку появился интернет, благодаря которому можно доставлять сообщения за секунды. СМИ тоже трансформировались: помимо традиционных СМИ появились и интернет-СМИ, блогеры и различные источники информации, что могут пропагандировать свои взгляды. Информации стало настолько много, что порой для того, чтобы проверить её на достоверность, нужно очень много времени. Фактчекинг это усложнил ещё и технический прогресс, поскольку появились нейросети.

Если говорить о главных теоретиках и практиках пропаганды, труды (или новшества) которых влияют на современность, то следует упомянуть таких людей как: Жак Эллюль, Гарольд Лассуэл, Уолтер Липпман, Пол Лазарсфельд, Карл Ховланд, [5] Йозеф Геббельс, Цицерон, Фома Аквинский. Французский философ Жак Эллюль делил пропаганду на категории. Им был проведён детальный анализ методов и технологий этого явления. Помимо этого, была проведена попытка объяснения того, как это явление функционирует, а также то, какой эффект оно имеет. Теория пропаганды Лассуэлла определяет пропаганду как «менеджмент коллективных мнений с помощью манипуляций значимыми символами». В основе подхода лежит тезис о единой реакции на пропагандистское воздействие и уязвимости сознания среднего человека. Липпман утверждал, что созданная СМИ окружающая среда, не имеет абсолютно ничего общего с реальностью, в дальнейшем это утверждение легло в теорию У. Липпмана. СМИ и политика взаимосвязаны и даже немыслимы друг без друга, а потому желание государства использовать СМИ — закономерный и правильный процесс. Информация, которая преподносится с помощью СМИ, подсознательно воспринимается достоверной. Коммуникации выполняют роль социально-разрушенных связей. Пол Лазарсфельд является еще одним «пионером пропаганды». Этот человек создал один из первых исследовательских центров по коммуникации. Именно он изобрёл два методологических инструментария: анализатор программ и идея фокус-групп. Интервью в фокус-группе — тоже его идея. Карл Ховланд завершает анализ теоретических подходов к рассмотрению пропаганды с точки зрения общения. Карл известен прежде всего своими исследованиями в области воздействия. Именно им была разработана программа эффективности разных ключей сообщения. Итак, всех классических исследователей пропаганды мы рассмотрели, теперь перейдём к тем, кто совершенствовал пропаганду практикой, выводя новые законы. Начнём с двадцатого века. Йозеф Геббельс — личность определённо презренная, но сыгравшая [6] большую роль в методах пропаганды, которые используются и сегодня во многих современных известных СМИ. Он утверждал, что пропаганда лучше усваивается тогда, когда «смешивается» с правдой. Цицерон и Фома Аквинский в своё время внесли новшества, которые используются и сегодня, а именно – апелляцию к авторитету, развитие риторики и практики публичных выступлений.

Рассмотрев развитие пропаганды, необходимо понять то, какие злонамеренные действия могут применяться уже сейчас для того, чтобы защитить свой разум от их

влияния. В двадцать первом веке актуальна не просто пропаганда, а информационная война. Методы и инструменты [7] современной информационной войны включают в себя:

1. Публикация ложных новостей и иной дезинформации;
2. Использование кибератак и хакерства;
3. Использование ботов и агентов влияния;
4. Манипуляция сознанием при помощи поисковых систем;
5. Блокировка интернет-ресурсов.

Методы и инструменты информационных войн в современном мире очень многогранны, в данном абзаце мы рассмотрели лишь самые часто используемые среди них. Для того, чтобы грамотно справиться с вызовами, которые готовят информационные войны, необходимо понимать и знать основные методики их ведения. Если личность предупреждена, то способна мыслить здраво и не попасть во вражескую информационную ловушку, подвергнув тем самым своё восприятие мира опасности.

В современном мире необходимо знать противодействие пропаганде и на бытовом уровне. Поскольку человек достаточно внушаем, а пропаганда атакуют личность и её восприятие буквально во всех сферах жизни, то каким же образом можно остаться при своём мнении и быть уверенным в нём, как и в себе? Именно для того, чтобы получить ответ на данный вопрос, сейчас будут представлены несколько действенных способов:

1. Необходимо культивировать у себя привычку задумываться о чём-либо. В борьбе с пропагандой это поможет тем, что саму пропаганду станет труднее насаждать.

2. Необходимо научиться отделять мнения от фактов. Необходимо помнить, что любая личность подвержена эмоциям и, зачастую, склонна действовать и размышлять эмоционально! Исходя из этого, к словам экспертов или близких людей следует относиться критически.

3. Необходимо уметь находить верный источник. Если внимательно прочесть предыдущие два совета о противодействии пропаганде, то всё сводится к тому, что необходимо уметь находить первоисточники. Если личность знает первоисточник, то её будет труднее ввести в заблуждение.

4. Необходимо исключить привычку воспринимать информацию эмоционально. Данный совет проистекает из того, что любая пропаганда строится на самой важной человеческой черте – на эмоциях. Соответственно, если мыслить трезво, то шанс попасться «на крючок» меньше.

5. Необходимо иметь личный взгляд на различные вещи и уметь его отстаивать. Крайне нежелательно «идти за всеми», ибо тогда теряется критическое мышление.

6. Необходимо иметь разносторонний кругозор. Людьми, что становятся жертвами пропаганды, становятся те, кто не имеет высокой общей степени эрудированности и грамотности. Из-за общей степени непросвещённости такой человек не способен замечать подлоги и, соответственно, склонен принимать любую информацию за правду, поскольку таковой она кажется.

7. Необходимо помнить, что любой человек, который подаёт информацию, может преследовать свои интересы.

Помимо вышеописанного, следует рассмотреть самые обширные методы пропаганды, которые могут использоваться в современных СМИ:

1. Метод «анонимный авторитет». Суть его сводится к тому, что журналист в своей статье (либо обращении) взывает «общими» словами к определённым социальным группам для того, чтобы доказать свою правоту, либо неправоту оппонента.
2. Метод «апелляция к большинству» - то же, что и «анонимный авторитет», но пропагандист ссылается на общество, когда иных аргументов доказать свою правоту нет.
3. Метод «апелляция к предрассудкам» используется в том случае, когда необходимо «протолкнуть» в массы какой-то тезис.

4. Метод «Атака любовью». Специфический метод пропаганды, который больше относится к определённым группам людей, а не СМИ, но имеет место быть. Его суть заключается в том, что для того, чтобы сделать человека частью какой-либо идеологической группы, либо группы людей, то его необходимо «окружить» заботой и любовью. Это может проявляться в виде навязчивых партсобраний, собраний религиозного толка, и так далее. Суть состоит в том, чтоб «заменить» ближайшее окружение человека собой, не давая тому уйти.
5. Использование афоризмов, либо упрощённых фраз и аргументов для подтверждения своей правоты.
6. Метод «блестящий фантик» заключается в описывании объекта хорошими общими словами и клишированными общими характеристиками, которые нельзя ни опровергнуть, ни подтвердить.
7. Метод «будничного рассказа» состоит в том, чтобы сообщать о самых ужасных вещах с полнейшим спокойствием и ощущением того, словно всё, что происходит – это нормально.
8. Метод давления на верность. Тут всё просто. «Если человек не поддерживает нужную точку зрения – то он предатель, враг, изменник». Самый примитивный метод пропаганды, но он прекрасно работает, когда обществу угрожает опасность.
9. Метод «прославление героев». Цель метода состоит в том, чтобы «переманить» нейтрально-настроенных людей в тот или иной лагерь, показав силу, храбрость, мужество, либо иные положительные стороны «своих людей». (Это могут быть солдаты определённой страны, врачи, граждане, и так далее.). Метод полезен и тем, что помимо «перетягивания» людей, он укрепит веру в собственную правоту сторонников.
10. Метод дезинформации. Информация, предоставленная в неполном объёме, либо поданная в тех ракурсах, которая выгодна пропагандисту. Опасность этого метода состоит в том, что дезинформация очень сильно укореняется в головах людей, а если она ещё и «хорошо сделана», то её очень трудно разоблачить. Этот метод массово применяют в любых войнах, чтобы посеять панику среди населения, либо солдат врага.
11. Метод «демонизация врага» — это ещё один метод, который можно использовать не только на войне, но и в идеологических баталиях. Его суть состоит в том, чтобы показать представителя одной этнической, религиозной, либо любой иной группы, как «недочеловека», тем самым посеяв вражду и вызвав негативные эмоции. Ненавидеть кого-либо куда легче, если человек считает, что тот, кого ненавидят – действительно плохой и заслуживает этого. Пример: Российскую Федерацию часто демонизируют на Западе, делая виновником всех бед. Разумеется, что это неправильно и полная ложь.
Следует помнить, что методов множество и рассмотрены были не все.

Теперь, когда мы рассмотрели пропаганду наиболее полно, то следует рассмотреть то, как освещают СМИ период СВО.

Перейдём к статье российского СМИ [8]. Её разбор следует начать с названия, которое явно употреблено в переносном значении. В названии «НАТО не хватает пороха для войны с Россией» слово «порох» не означает порох как физическую вещь, а имеется ввиду синоним слова «смелость». Функция этого художественного элемента в названии материала заключается в том, что он сразу настраивает читателя на нужный лад и грамотно доносит смысл материала при помощи художественных средств. Сама статья начинается с проведения параллелей в заявлениях западных чиновников о России, во время проведения которых читатель может понять лживость европейских заявлений и их неправдоподобность. Это является обличительной контрпропагандой, поскольку лишь одно действие автора нивелирует заявления западных официальных лиц: проведение параллелей с тем, что было сказано ими год назад и с той риторикой, что они транслируют сейчас. Статья со временем переходит в аналитическое русло и автор демонстрирует свой главный тезис, что ещё сильнее бьёт по пропаганде Запада: «у

НАТО нет сравнимого с залпом «Орешника» ответа». И, если обратиться к мнению экспертов, то это действительно так: Перенджиев [9] утверждает то же самое, что и автор статьи. Исходя из вышесказанного, автор статьи справедливо утверждает, что западное оружие несоизмеримо устаревшее, в сравнении с российским вооружением. Составитель статьи утверждает, что у НАТО проблемы с вооружением, и если обратиться к открытым источникам, то это действительно так. Статья всё больше приобретает аналитический оттенок, но в ней с периодичностью встречаются реальные слова западных чиновников и медийных лиц – хоть и без прямого цитирования – и их опровержения. Ближе к завершению статьи цитирование тезисов враждебных государств становится прямым, однако этот приём отлично работает в сфере контрпропаганды, поскольку, опять же, указывает на все несостыковки Запада прямо. Данная статья является отличным примером того, как российские СМИ грамотно доносят свою позицию до аудитории и справляются с беспочвенными нападками и пропагандой Запада. Теперь перейдём к относительно известному СМИ в украинском сегменте интернета и медиа – ТСН. Для анализа будет использована статья «Путин хочет на трон: эксперт рассказал о шансах Путина на выборах» [10]. Словосочетание «Путин» и «трон» в заголовке явно носит пропагандистский характер, поскольку намекает на то, что Путин является монархом. Но такой заголовок является дезинформацией, поскольку царя в России давно нет, а исходя из этого, Путин не может «сесть на трон», соответственно данный эмоциональный окрас употреблён специально, чтобы вызвать негативные ассоциации. Словосочетание «кремлёвский диктатор» не является семантически нейтральным и тоже несёт в себе эмоциональный заряд. То же самое и со словосочетанием «российский диктатор». Фраза «российский зомбоящик» мало того, что не эмоционально-нейтральна, так она ещё и предвзята, поскольку используется игра на ассоциациях. Исходя из вышеописанного, мы видим, что украинские СМИ утратили любую объективность и чувство профессионального долга и стараются нанести России огромный информационный удар.

В связи с вышесказанным, необходимо относиться к информации, полученной от украинских источников, с ярым недоверием и скептицизмом.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1) Пропаганда [Электронный ресурс]: Википедия. Свободная энциклопедия. – Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Пропаганда (дата обращения: 23.03.2023).
2) Что такое римская пропаганда? // Дзен URL: https://dzen.ru/a/ZOMwgQMbflyWKDle (дата обращения: 08.01.2025).
3) История пропаганды Средних веков и эпохи Реформации // StudFiles URL: https://studfile.net/preview/2483609/page:3/ (дата обращения: 08.01.2025).
4) История пропаганды // Википедия URL: https://translated.turbopages.org/proxy_u/en-ru.ru.ef0efdaf-677edfe6-e7921e08-74722d776562/https/en.wikipedia.org/wiki/History_of_propaganda (дата обращения: 08.01.2025).
5) 6 главных гениев пропаганды во всей истории человечества // Дзен URL: https://dzen.ru/media/history_this_was/6-glavnyh-geniev-propagandy-vo-vsei-istorii-chelovechestva-621bb81a70df981201f76dda (дата обращения: 23.03.2023).
6) Теория и практика пропаганды // Военное обозрение URL: https://topwar.ru/176930-teorija-i-praktika-propagandy.html (дата обращения: 23.03.2023).
7) МЕТОДЫ И ИНСТРУМЕНТЫ ИНФОРМАЦИОННЫХ ВОЙН В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ // Научный Лидер URL: https://scilead.ru/article/5962-metodi-i-instrumenti-informatsionnikh-vojn-v- (дата обращения: 08.01.2025).
8) НАТО не хватает пороха для войны с Россией // РИА НОВОСТИ URL: https://ria.ru/20241126/nato-1985594143.html (дата обращения: 08.01.2025).
9) Озвучена уникальная особенность «Орешника» // Lenta.RU URL: https://lenta.ru/news/2024/11/22/unikalnaya-osobennost-oreshnika/ (дата обращения: 08.01.2025).

10) Путин хочет на трон: эксперт рассказал о шансах Путина на выборах // ТСН URL: https://tsn.ua/ru/exclusive/putin-hochet-na-tron-ekspert-rasskazal-o-shansah-putina-na-vyborah-2282509.html (дата обращения: 23.03.2023).

THE USE OF MANIPULATIVE TECHNIQUES AND PROPAGANDA METHODS BY MODERN MEDIA DURING THE PERIOD OF THE SVR IN DONBASS.

Annotation. This work is a general sublimation of my thesis, which examines the use of manipulative techniques and propaganda methods by modern media during the period of the SMO in Donbass. The development of propaganda and its connection with historical stages are described, the main theorists of propaganda and its main "practices" are described, examples of manipulative techniques and ways to protect themselves from them are given. In addition, there is a direct analytical comparison of the behavior of the media from different countries during the period of its implementation.
Keywords: mass media, SMO, PROPAGANDA, DONBASS, MANIPULATION.

Kydryashov I.V.
Scientific adviser: Gudova T.V …
Donetsk National University
E-mail: Ivan_a_ti_net@mail.ru

УДК 81'366/'37:81'276:070

ЧАСТОТНО-СИНТАКСИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ПЕРИОДИЧЕСКИХ ИЗДАНИЙ ДОНБАССА (НА МАТЕРИАЛЕ ГАЗЕТЫ «КОМСОМОЛЬСКАЯ ПРАВДА»)

Лапина Н. А.
Научный руководитель: Могила С. А., старший преподаватель
ФГБОУ ВО «ДонГУ»

Аннотация. В данной работе проведен частотно-синтаксический анализ периодических изданий Донбасса (на материале газеты «Комсомольская правда»). Проанализировано 153 предложения, где были выявлены наиболее частотные типы предложений.
Ключевые слова: анализ, синтаксис, частотность, метод.

Введение. Термин «синтаксис» (восходит к греческому слову «syntax» – «построение, расположение, структура») определяется как наука о языке, которая исследует и формулирует правила образования речи. Понимание структуры языка и его синтаксических особенностей имеет большое значение для лингвистических исследований. Одним из методов анализа текста является частотно-синтаксический анализ, который позволяет выявить основные типы предложений и их частотность в тексте, а также определить среднюю длину предложений. *Актуальностью исследования* является определение основных типов предложения в тексте и их частотность. Полученные результаты могут быть полезны для лингвистических исследований, а также для определения тенденций развития языка в конкретном тексте.

Частотно-синтаксический анализ текста, который является *объектом* данной работы, заключается в выявлении наиболее частотных типов предложений, средней длины предложений в тексте и частотности союзов.

В ходе исследования проведен частотно-синтаксический анализ периодических изданий Донбасса, а именно анализ на материале газеты «Комсомольская правда». При анализе использовались выпуски изданий №21 (27.10.2023) и №23 (08.11.2022), которые и являются *предметом исследования.*

Цель работы заключается в выявлении наиболее частотных словообразующих морфем в текстах изданиях.

Для достижения поставленной цели необходимо решить ряд задач:

1) Отформатировать печатный текст в электронный вариант и изучить его.
2) Сделать подсчет общего количества предложений в тексте.
3) С помощью программы Word выявить наиболее частотные союзы в двух выпусках издания. Составить таблицу на базе полученных данных.
4) На базе полученных данных определить наиболее частотные типы предложений и среднюю длину предложения.

Основная часть. История синтаксиса как науки восходит к учениям древнегреческих философов, в центре внимания которых было изучение речемыслительных процессов. Термин «синтаксис» применяется прежде всего для обозначения синтаксического строя языка, который вместе с морфологическим строем составляет грамматику языка. Вместе с тем «синтаксис» как термин применим и к учению о синтаксическом строе.

Синтаксис – это раздел языкознания, предметом изучения которого является синтаксический строй языка, т. е. его синтаксические единицы и связи и отношения между ними. Синтаксический анализ – это процесс разбора структуры предложения с целью выявления его компонентов и установления их взаимосвязей. В отличие от семантического анализа, который сосредотачивается на значении слов и выражений,

синтаксический анализ помогает понять, как слова и фразы организованы и как они соотносятся друг с другом. Это важнейший элемент обработки естественного языка, который находит широкое применение в таких областях, как машинный перевод, системы поиска информации, анализ сентимента и многие другие. На основе синтаксического анализа мы проведём частотный анализ периодических изданий.

Автоматизация синтаксического анализа текста является актуальным направлением в области обработки естественного языка. Синтаксический анализ текста представляет собой процесс разбора предложений для того, чтобы выявить частотность определённых типов предложений и союзов. Этот процесс является необходимым для многих задач обработки текста, таких как машинный перевод, анализ тональности, информационный поиск и другие. Примеры использования автоматизированного частотно-синтаксического анализа:

- **Автоматический перевод**: анализ помогает системе перевода корректно распознать структуру предложения и правильно перевести слова в контексте. Например, система может использовать информацию о частоте появлений определённых синтаксических структур, чтобы избежать ошибок в переводе.
- **Извлечение информации**: для автоматического извлечения информации из текстов важно понимать синтаксическую структуру, чтобы правильно выделить объекты, действия и их отношения. Частотно-синтаксический анализ помогает выделить ключевые элементы в сложных предложениях и определить их тип.
- **Распознавание сущностей**: анализ используется для улучшения систем распознавания сущностей (например, имена, организации, географические объекты), анализируя синтаксическую структуру для правильной идентификации сущностей в тексте.
- **Анализ сентимента**: частотно-синтаксический анализ помогает лучше понимать, как определённые конструкции и сочетания слов влияют на общий тон высказывания (положительный, отрицательный или нейтральный).

Частотный анализ текстового материала, отобранного по определённому признаку, широко применяется в самых разных отраслях научного знания, таких как лексикография, прикладная лингвистика, компьютерная лингвистика, социо- и психолингвистика, литературоведение и т.д. Анализ синтаксического материала предполагает учет таких показателей, как частотность вхождений союзов и соответствующих им предложений.

Частотно-синтаксический анализ текста представляет собой метод, который сочетает два важных аспекта: частотный анализ и синтаксический разбор. Этот подход позволяет глубже понять структуру языка и особенности употребления слов в конкретном текстовом контексте. С помощью синтаксического анализа мы сможем разобрать типы предложений в тексте, а с помощью частотного анализа – их частотность и преобладание в тексте.

Частотный анализ – это метод анализа текстов, направленный на изучение частоты употребления слов или их сочетаний. Частотный анализ помогает выявить важные термины, ключевые слова, а также редкие или нечасто встречающиеся конструкции в тексте. Это, в свою очередь, позволяет понять, какие слова или выражения являются значимыми или на каких аспектах текста стоит акцентировать внимание. В данном случае, с помощью частотного анализа мы определим наиболее частотные типы предложений.

Синтаксический анализ – это процесс изучения структуры предложений, то есть выявления синтаксических связей между словами, определения ролей каждого элемента (например, подлежащего, сказуемого, дополнения). С помощью синтаксического анализа можно строить деревья зависимостей, которые отражают, как слова в предложении связаны друг с другом.

Синтаксический анализ можно подвергнуть к автоматической обработке текста. Автоматическая обработка текста основывается на нескольких принципах, которые помогают системам «понимать» текст и выполнять определённые задачи:

- Предобработка текста – это этап, на котором текст подготавливается к дальнейшему анализу. Включает такие шаги, как удаление стоп-слов, нормализацию (приведение слов к стандартной форме, например, объединение форм «идти» и «ходит»).
- Разбиение на единицы – текст разбивается на мелкие единицы, которые могут быть словами, фразами или символами. Это один из ключевых этапов, необходимый для дальнейшего анализа. В нашем случае мы разбиваем текст на предложения.
- Извлечение признаков – на основе текста извлекаются различные признаки, такие как частота слов и другие статистические характеристики, которые затем используются для анализа текста. В анализе мы извлекли используемые союзы в тексте.

Для проведения исследования была выбрана газета Донбасского издания «Комсомольская правда». При анализе были использованы выпуски изданий №21 (27.10.2023) и №23 (08.11.2022). Общий объем исследуемого текста составил 152 предложения. В ходе исследования была выявлена частотность сложносочинённых, сложноподчинённых, простых и бессоюзных предложений. Самыми частотными в тексте оказались простые предложения, их количество составляет 68 шт. и средняя длина – 73 буквы.

Таблица 1

Тип союзов	**Союз**	**Количество в тексте**	**%**
ССП		***129***	
	«и»	94	63%
	«а»	7	4,7%
	«также»	5	3,3%
	«или»	4	2,6%
	«но»	19	12,7%
СПП		***20***	
	«как»	6	4%
	«если»	5	3%
	«чтобы»	4	2%
	«когда»	3	2%
	«пока»	2	1%

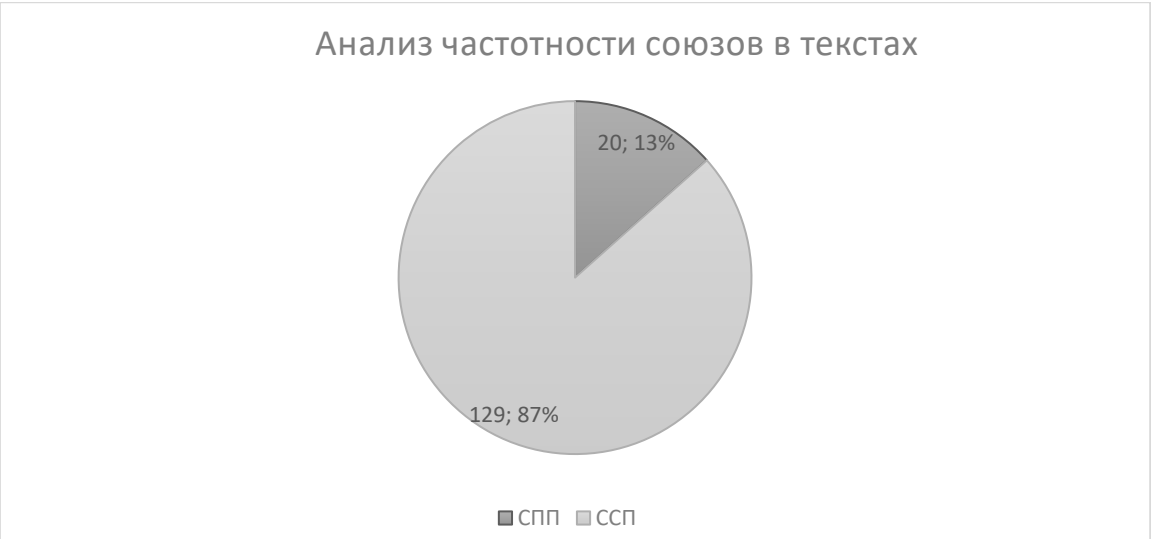
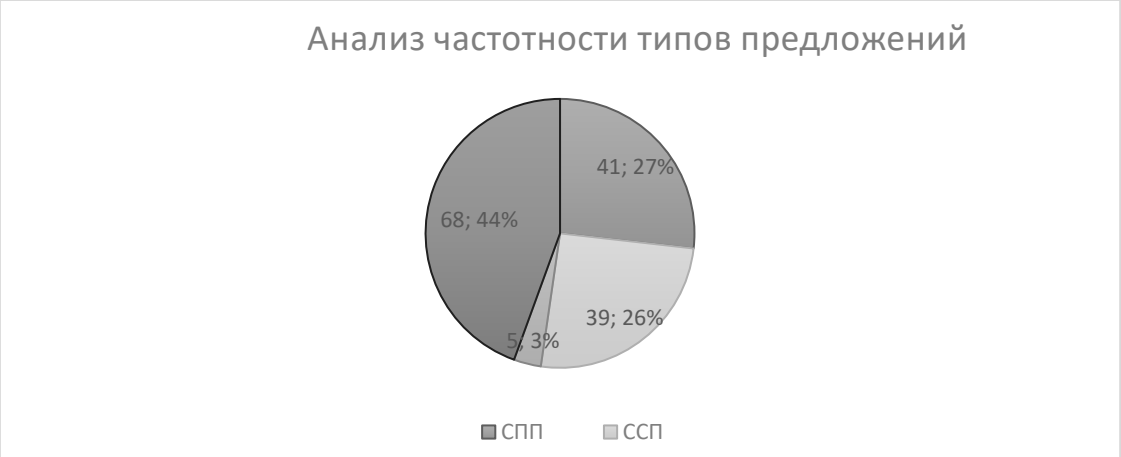


Таблица 2

Тип предложения	**Количество в тексте**	**%**
ССП	41	26,8%
СПП	39	25,4%
БСП	5	3,2%
Простое предложение	68	44%



Заключение. Исходя из проделанной работы, можно осуществить следующие выводы о том, что выполнена задача работы, а именно – проделано выявление наиболее частотных типов предложений в текстах изданий СМИ. При выполнении задачи были использованы дополнительные программные компоненты, благодаря которым был выполнен качественный частотно-синтаксический анализ текста.

В ходе работы была исследована информация из периодического издания «Комсомольская правда», использованы выпуски №21 (27.10.2023) и №23 (08.11.2022). Было выявлено 4 типа предложений и их частотность в выпусках:

ССП: частотность 41, 26,8% текста. Примеры: «*И посещают их не только люди среднего и старшего возраста, но и молодежь», «По курсу пролегания водовода установлены 16 колодцев и множество сетей, ведущих к фильтровальной станции».*

СПП: частотность 39, 25,4% текста. Примеры: «*По мнению экспертов, благодаря отказу от таможенных процедур товары в Донбасс будут поступать быстрее и по более низкой цене», «Есть надежда, что это позволит избежать внезапных дефицитов и ценовых перекосов».*

БСП: частотность 5, 3,2% текста. Примеры: «*Среди этих направлений обозначены: поставлен ремонт вооружений, техники, медико-санитарное обслуживание, строительно-монтажные работы, обеспечение логистики, транспорта».*

Простое предложение: частотность 68, 44% текста. Примеры: «*Вот самые заметные темы выступления Путина», «Вообще охамели просто!»*

Частотно-синтаксический анализ текста является важным инструментом для обработки естественного языка. Он сочетает в себе два мощных метода анализа – частотный анализ и синтаксический разбор – и открывает широкие возможности для исследовательских и прикладных задач в области информационных технологий и лингвистики.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Автоматическая обработка естественного языка: учебное пособие / А.В. Луканин. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2011. – 70 с.
2. Автоматическая обработка текстов на естественном языке и анализ данных: учеб. пособие / Большакова Е.И., Воронцов К.В., Ефремова Н.Э., Клышинский Э.С., Лукашевич Н.В., Сапин А.С. – М.: Изд-во НИУ ВШЭ, 2017. – 269 с.
3. Введение в общий синтаксис: Учебник / Я.Г. Тестелец; Ин-т "Открытое о-во". – Москва: РГГУ, 2001. – 796 с.
4. Введение в прикладную лингвистику: учебное пособие / А.Н. Баранов. – М.: Эдиториал УРСС, 2001. – 360 с.
5. ЛЭС – Лингвистический энциклопедический словарь / под ред. В.Н. Ярцевой. – М.: Сов. Энциклопедия, 1990. – 682 с.
6. Ронжин А. Л., Карпов А. А., Леонтьева А. Б., Костюченко Б. Е. Разработка многомодального информационного киоска. // Тр. СПИИРАН. СПб.: Наука, 2007. – Вып. 5, т. 1. С. 227–245.
7. Современная американская лингвистика: Фундаментальные направления / А.А. Кибрик. – М.: Едиториал УРСС, 2002 г. – 480 с.

FREQUENCY-SYNTACTIC ANALYSIS OF PERIODICALS OF DONBASS (BASED ON THE MATERIAL OF THE NEWSPAPER KOMSOMOLSKAYA PRAVDA)

Annotation. In this paper, a frequency-syntactic analysis of periodicals of Donbass is carried out (based on the material of the newspaper Komsomolskaya Pravda). 153 sentences were analyzed, where the most frequent types of sentences were identified.
Keywords: analysis, syntax, frequency, method.

Lapina N.A.
Scientific adviser: Mogila S.A.
Donetsk State University
E-mail: lapinanikaa@yandex.ru

УДК 659.11

POS-МАТЕРИАЛЫ КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ СПОСОБ ПРОДВИЖЕНИЯ И СТИМУЛИРОВАНИЯ ИМПУЛЬСИВНЫХ ПОКУПОК

Мороз А.Ю.
Научный руководитель: Кухаренко Е.А., старший преподаватель
ФГБОУ ВО «ДонГУ»

Аннотация. В данной работе рассматривается, как использование POS-материалов воздействует на поведение потребителей и их решения о покупке, а также влияет на повышение уровня продаж в целом. Представлены основные категории POSm и их особенности внедрения в современной рекламной и PR-практике.
Ключевые слова: POSm, рекламные материалы, точки продаж, импульсивные покупки, потребительское поведение.

Постановка проблемы. В условиях современного рынка актуальность проблемы обуславливается тем, что продвижение товаров в традиционных медиа становится все менее эффективным, но все более дорогостоящим способом продвижения. Этому способствует высокий уровень информационного шума, созданный большим количеством агрессивных и однотипных рекламных предложений, перенасыщающих классические каналы связи. Условия борьбы на рынке требуют от предпринимателей поиска новых и эффективных способов продвижения своих товаров и услуг, так как современная маркетинговая среда отличается обилием аналогичных конкурирующих предложений: товары схожи как в качественных, так и в ценовых сегментах — в таких условиях рекламный материал должен помогать покупателю сделать выбор и ориентироваться среди обилия рыночных предложений. Подходящим инструментом для рекламных кампаний в таком случае могут служить POS-материалы (POSm), однако, несмотря на их потенциал и высокую функциональность, многие компании сохраняют позицию недостаточной осведомленности о влиянии POSm на поведение потребителей и игнорируют феномен рекламных конструкций как инструмент рекламы и высокоэффективной части маркетинговой стратегии. Поэтому, задача данной статьи — проанализировать то, как использование POS-материалов влияет на повышение уровня продаж, выявить их преимущества и изучить то, как они воздействуют на поведение потребителей и их решения о покупке.

Основная часть. POS-материалы (POSm) играют ключевую роль в процессе взаимодействия всех участников товарооборота, включая производителей, розничных продавцов и покупателей. Их высокая эффективность в влиянии на решения о покупке объясняет их значимость. В литературе подчеркивается, что применение POS-материалов способствует увеличению товарооборота продукции, с которой они используются, на 15-20%. [3, с. 206] POS-материалы — это разновидность рекламных носителей и конструкций, размещаемых непосредственно в местах продаж и взаимодействующих с потребителем в момент принятия решения о покупке, что делает их инструментом мгновенного осуществления рекламной стратегии. Они являются средством рекламы и информирования, элементами визуального и функционального оформления торговой зоны. Цель их размещения — увеличить количество точек контакта товара с потенциальным покупателем и влиять на его решения о покупке. Такие виды рекламных материалов используются для эффективного привлечения внимания покупателей, стимулирования сбыта и создания дополнительных эмоциональных реакций и стимулов, которые могут провоцировать импульсивные покупки. Их используют для оформления входных групп, торговых залов, мест выкладки товаров и прикассовых зон, а также для упрощения навигации по торговой точке, что помогает

сориентироваться в торговом зале и его ассортименте. Чтобы изучить специфику POSm, выделим основные категории, по которым можно классифицировать их. Это поможет более детально рассмотреть то, какие цели и задачи внутри рекламной кампании могут быть закрыты применением POSm, какие преимущества они дают производителям и продавцам. [1]

По назначению. Включим сюда информационные, имиджевые и стимулирующие материалы. Информационные материалы: передают покупателям сведения о появлении новых товаров, акционных предложениях, расположении торговых точек, стоимости или преимуществах товара. Ценники на прилавках магазинов — пример одних из самых примитивных видов POSm. В свою очередь имиджевая рекламная продукция призвана укреплять и поддерживать закреплённый за брендом визуальный образ, помогает устанавливать зрительные ассоциации между продуктом и его айдентикой, делая такую рекламную кампанию долгосрочной. Цель имиджевых рекламных материалов — не только способствовать сбыту товаров, но и помочь сформировать нужный образ в глазах потребителей, повысить узнаваемость и запоминаемость продукта. Все виды этой классификации объединяет то, что они являются стимулирующими материалами и конструкциями, напрямую направленными на увеличение продаж путём создания дополнительной мотивации, которая побуждает покупателей к импульсивным действиям. Основные цели, выполняемые материалами из этой классификации: информирование, продвижение, повышение узнаваемости, формирование образа продукта, брендинг, побуждение к незамедлительным спонтанным покупкам. К задачам отнесем: повышение лояльности к бренду и создание положительного имиджа; привлечение внимания к конкретным предложениям и увеличение их продаж; создание ощущения срочности и выгодности предложения; упрощение процесса принятия решения о покупке.

По сроку использования. У каждой рекламной кампании разные цели, различные эксплуатационные сроки и охваты, определяемые заданной маркетологами рекламной стратегией. Качество и разновидность материалов, используемых в изготовлении POSm определяет срок службы рекламного материала, его стоимость, износостойкость и сроки изготовления. Так, жизненный цикл краткосрочных носителей может составлять период от нескольких дней до нескольких недель — они идеально подходят для сезонных предложений, временных распродаж или акций. Главная задача — максимально упростить процесс изготовления, минимизировать его сроки и затраты для своевременного привлечения внимания к предложению. Такие материалы могут быть ограничены в своём качестве, однако, имеют своё преимущество в возможности массового тиражирования. Они низко устойчивы к механическим повреждениям и погодным условиям, чего не скажешь о долгосрочных POSm, которые предназначены для постоянного и многократного использования. Высокая стоимость таких конструкций препятствует тиражированию, однако сохраняется возможность использовать такие рекламные материалы повторно, благодаря значительной износостойкости и высокому качеству материалов. Специалисты по рекламе выбирают материалы и тип конструкции исходя из потребностей своей стратегии, а такое широкое разнообразие помогает не только скорректировать качество под необходимые критерии, но и грамотно вписать их в бюджет. Так как некоторые виды POSm могут быть использованы неоднократно, это дает возможность их замены в связи с событиями и сезонными мероприятиями.

По месту размещения. Самыми первыми с покупателями взаимодействуют наружные POSm, которые участвуют в оформлении входной группы (вывески, указатели, щиты, штендеры, тротуарная графика и т.д.). Основная цель их размещения — привлечь внимание к торговой точке и побудить войти в неё, локализировать зону и проложить путь покупателя к ней. За навигацию по торговой точке отвечают рекламные материалы, размещаемые на основной площади торгового пространства. Материалы на

местах выкладки продукции привлекают внимание непосредственно к товару и его месторасположению на полках (воблеры, шелфтокеры, ценникодержатели, диспенсеры, стопперы, стикеры и др.). Реклама размещённая в прикассовой зоне может быть наиболее манипулятивной: она чаще склоняет к незапланированным покупкам, за счет того, что ей может уделяться большее внимание из-за времени, которое покупатель проводит в очереди. Функции POSm варьируются от зоны их размещения: от привлечения внимания и навигации до манипуляций, которые приводят к спонтанным решениям.

По типу конструкции можно выделить: статичные и динамичные конструкции. Первые отличаются своей простотой, отсутствием необходимости в техническом обслуживании и низкими расходами, тем временем как динамичные конструкции имеют более высокие эксплуатационные расходы, так как для поддержания их в рабочем состоянии они нуждаются в обеспечении регулярного технического обслуживания и электроснабжения. К более сложному виду из этой категории относят интерактивные конструкции — они дороже, более привередливы в поддержании и обслуживании, однако, отличаются тем, что могут собирать данные о поведении покупателей, создавать уникальный для них потребительский опыт и стимулировать через него продажи. Мобильные конструкции всегда готовы к транспортировке, а освещённые подходят для наружной рекламы. Зональные конструкции, соответственно, созданы для зонирования пространства и создания отдельных зон внутри общего пространства. Так, статичные конструкции выигрывают в своей большей доступности и практичности, они надежны и не нуждаются в особом уходе, в то время как любая механическая конструкция более уязвима и привередлива, однако, создает возможность персонификации потребительской активности и создания уникального опыта, который укрепляет эмоциональную связь потенциальных покупателей с брендом и его товарами.

Помимо этого, применение рекламных конструкций может оказать существенное влияние на потребительское поведение путём применения основных психологических механизмов: пользуясь POSm как инструментом рекламы и грамотно внедряя их в свою рекламную стратегию, можно укрепить визуальные и эмоциональные ассоциации с брендом, успешно вовлекать аудиторию, делая приобретение своих товаров более осознанным, то есть активировать ассоциативную и зрительную память потребителя. Закреплять визуальные ассоциации можно путём использования уникального дизайна и технологий, которые будут выделять товар на фоне продукции конкурентов. Яркие, креативные и запоминающиеся рекламные материалы, привлекающие внимание, отвечают как за мгновенную реализацию рекламной стратегии, так и работают долгосрочно — нестандартные решения и носители запомнятся покупателям, создадут ассоциации и, как следствие, установят эмоциональную связь с товаром или брендом: для этого важно создать визуальный код, который будет включать в себя набор определенных символов, цветов и образов. Эмоциональные реакции, связанные с получением нового потребительского опыта, выводят доверие потребителей на новый уровень — это помогает поддерживать долгосрочные отношения с покупателями, что способствует повторным покупкам и рекомендациям. Увеличивается и время контакта с товаром либо с рекламным материалом, связанным с ним. В местах с высоким уровнем посещаемости и высокой концентрацией аналогичных товаров уровень конкуренции становится еще выше. Для маркетолога важно создать рекламный материал, создающий для потребителей ощущение срочности, что поможет выбрать именно рекламируемый товар, даже если эта покупка не была запланирована заранее. Для потребителей важно ощущение срочности и эксклюзивности — оно является одной из самых эффективных манипуляций для стимуляции импульсивных покупок.

Помогая ориентироваться в торговой точке и в товарных категориях, POSm оказывают благоприятное влияние на психику покупателей, снижая когнитивную

нагрузку. Внутренняя когнитивная нагрузка происходит в момент принятия решений, в таком случае задача маркетологов — повлиять на решение о выборе и упростить его, в то время как внешняя когнитивная нагрузка связана с процессами запоминания новой информации и её постоянной обработки, так что оптимальное решение для её снижения — размещение навигационных POSm, которые помогают ориентироваться даже в ранее неизвестном пространстве. Избыточная когнитивная нагрузка приводит к усталости и стрессу, снижая её уровень мы получаем более продуктивных покупателей путем заботы о их комфорте.

Однако важно помнить, что использование одного вида POSm не всегда будет достаточно эффективным, и что такой подход к продвижению требует комплексного использования разных видов рекламных материалов и конструкций, органично вписанных в торговую площадь. Концепция должна быть запоминающейся, но одновременно простой — реклама должна вызывать набор исключительно положительных эмоций и ассоциаций, акцент должен быть на основное рекламное сообщение, то есть важно подчеркнуть главную суть, которая заключается в стимуляции продаж, путем выделения качеств продукта и его преимуществ перед конкурентами.

В будущем можно ожидать изменения состава используемых POSm, что связано с цифровизацией всех областей деятельности. К наиболее перспективным направлениям развития POSm можно отнести разработки, которые являются долгосрочными и относятся к нематериальным активам торговли. В современных работах по рассматриваемой проблематике уже приводят примеры подобных POS-материалов, которые встречаются в наиболее развитых торговых организациях России [2]:

1) трехмерные изображения виртуальной и дополненной реальности, в том числе движущиеся;

2) аудиовизуальные инсталляции, меняющиеся в ответ на действия покупателей;

3) Just Touch - устройства, реагирующие на прикосновения покупателя;

4) точки Bluetooth - программы, обнаруживающие посетителей с включенной функцией приема таких сообщений и отправляющие им рекламную информацию и др.

Выводы. Во многих рекламных кампаниях POSm могут быть центральным элементом и играть ключевую роль: они выделяют конкретный товар, могут служить как самостоятельным рекламным средством, так и подкреплять медиа кампанию по продвижению. Они в ответе за напоминание о необходимости совершения определенных покупок (что особенно актуально для «мелких товаров», покупка которых чаще всего не планируется покупателями заранее). Они ускоряют принятие решений, однако одновременно с этим могут увеличить время, проведенное покупателем в магазине, что зачастую благоприятно влияет на средний чек. В отличии от других методов информирования, информационные материалы, расположенные в местах продаж, более эффективны и актуальны. POSm увеличивают продажи и повышают уровень лояльности клиентов, могут выполнять не только эстетические задачи, но и быть полноценной функциональной частью зала. POSm имеют ряд преимуществ, в сравнении с другими рекламоносителями: информирование происходит в тех зонах, где непосредственно принимается решение о покупке, что делает его более эффективным. Главные преимущества POSm заключаются в их способности мгновенно доносить ключевую информацию до потребителя, улучшать покупательский опыт и помогать зонировать торговую точку. Это снижает когнитивную нагрузку, что облегчает навигацию и процесс принятия решений, делая торговое место более удобным и комфортным для потребителя. Рекламные конструкции многофункциональны и благодаря своей гибкости в применении, они становятся важным элементом рекламной стратегии, значительно увеличивая видимость продукции и способствуя росту продаж. Использование POSm универсально для любого бизнеса и ниши, однако, их спрос для высококонкурентных отраслей значительно выше. Для грамотного сбыта товаров POSm эффективно

применять для высококонкурентных частей рынка, сезонных акций, праздничных событий и для сбыта залежавшихся товаров, на которые критически важно обратить внимание покупателей.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Денисова, В.В. Роль POS-материалов в продвижении продаж // Огарев-online. – 2014. – №17. – [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://journal.mrsu.ru/arts/rol-pos-materialov-v-prodvizhenii-prodazh.
2. Каращук, О.С., Тихонова, Е.В. POS-материалы розничных организаций и их трансформация в цифровой экономике // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. Серия: Социальные науки. – 2018 - №4 (54) – С.7-13. – [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://cyberleninka.ru/article/n/pos-materialy-roznichnyh-organizatsiyi-ih-transformatsiya-v-tsifrovoy-ekonomike. ISSN: 1811-5942.
3. Киселев, В.М., Парамонова, Т.Н., Казанцев, А.А., Визуальный мерчандайзинг: теория и практика визуальных коммуникаций в товаропроводящих каналах: Учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальностям 061500 -Маркетинг и 350700 - Реклама. / В. М. Киселев, Т. Н. Парамонова, А. А. Казанцев ; М-во экономического развития и торговли РФ, Российский гос. торгово-экономический ун-т. — Изд. 2-е, перераб. и доп. — Кемерово, Москва : Российские университеты [и др.], 2007. — С. 267. ISBN 5-202-00961-5.

POS-MATERIALS AS AN EFFECTIVE MEANS OF PROMOTION AND STIMULATING IMPULSIVE PURCHASES

Annotation. This paper examines how the use of POS-materials affects consumer behavior and their purchasing decisions, as well as influences the overall increase in sales. The main categories of POSm and their features in modern advertising and PR practices are presented.
Keywords: POSm, advertising materials, points of sale, impulse purchases, consumer behavior.

Moroz A.Y.
Scientific adviser: Kukharenko E.A., senior lecturer
Donetsk State University
E-mail: moroz27.lia.w@gmail.com

УДК 659.1:004

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В РЕКЛАМНОЙ ИНДУСТРИИ И PR: ЭВОЛЮЦИЯ И ТЕНДЕНЦИИ

Небосенко С.Б.
Научный руководитель: Кухаренко Е.А., старший преподаватель
ФГБОУ ВО «ДонГУ»

Аннотация. В данной работе представлены основные преимущества и недостатки применения современного искусственного интеллекта в рекламе и PR. Рассматриваются основные этапы и тенденции эволюции рекламных и PR-технологий, анализируется их влияние на рекламную и PR-деятельность, что позволяет лучше понять, каким образом новые технологии трансформируют креативные индустрии.
Ключевые слова: технологии, искусственный интеллект, реклама, PR, персонализация, тенденции.

Постановка проблемы. В условиях современного мира, который характеризуется излишней информационной насыщенностью, а также постоянно меняющимися предпочтениями потребителей и усилением конкуренции на рынке, актуальность данной проблемы обусловлена стремительным темпом развития технологий в сфере рекламы и связи с общественностью. Традиционные методы рекламы и PR становятся всё менее эффективными, уступая место новым подходам, основанным на использовании цифровых технологий и искусственного интеллекта. Новые технологии произвели настоящую революцию в сфере рекламы и связей с общественностью, предоставив рекламистам и PR-специалистам разнообразие возможностей для создания контента, а также взаимодействия с аудиторией.

Основная часть. Современный рекламный и PR-контент играют важнейшую роль в сохранении и укреплении позиции компании на конкурентном рынке. Мир рекламы и связей и общественностью постоянно видоизменяется под влиянием технологичного прогресса. Новые технологии не только создают большое количество каналов для рекламы и PR, но и коренным образом изменяют рекламные и PR-стратегии, методы взаимодействия с целевой аудиторией. В результате, традиционные подходы уступают место более гибким и адаптивным стратегиям, основанным на данных и инновациях. Рассмотрим традиционные каналы передачи информации, которые трансформировались с появлением новых технологий. [3]

Интернет-реклама: с появлением интернета у нас появились возможности использовать новые рекламные форматы, каждый из которых имеет преимущества и недостатки. Например, баннерная реклама остается распространенной, но часто страдает от низкого показателя «кликабельности». Контекстная реклама более эффективна, так как нацелена на пользователей, которые активно ищут определенные товары и услуги. Таргетированная реклама в социальных сетях позволяет охватить узкий сегмент целевой аудитории, учитывая разные характеристики. Видеореклама на YouTube, RuTube, благодаря динамическому и визуально привлекательному содержимому видеороликов усиливает эмоциональное воздействие на зрителей, создавая глубокие и запоминающиеся впечатления.

Мобильные технологии: современные гаджеты (смартфоны, ноутбуки, планшеты, лэптопы и пр.) стали незаменимым спутником для человечества, что в свою очередь сделало мобильную рекламу одной из самых распространенных каналов передачи информации. Мобильный маркетинг включает в себя: SMS-рассылку, push-уведомления и др.

Социальные сети и мессенджеры: «ВКонтакте», Telegram, TikTok предоставляют возможности для прямого контакта рекламодателя с целевой аудиторией. Реклама в

социальных сетях и мессенджерах быстро развивается и набирает обороты, учитывая персонифицированные особенности потребителя.

Потоковое вещание: такие платформы, как Netflix, Spotify и др., нарушили традиционное потребление медиа. На данных платформах рекламу предлагают, основываясь на привычках пользователей к просмотру и прослушиванию контента, что позволяет «погружать» рекламу непосредственно в контент, который смотрит/слушает человек.

Короткие ролики: появление и активное развитие платформ для коротких видеороликов (TikTok, YouTube Shorts, ВК-истории), а также стримов, произвело самую настоящую революцию в видеорекламе. Данные платформы ориентированы на очень короткие видео и требуют увлекательного и визуально привлекательного контента для удержания внимания пользователей.

Инфлюенс-маркетинг: влияние ключевых фигур медиапространства стало частью современного маркетинга. Лидеры мнений имеют огромную аудиторию, что позволяет брендам использовать их доверие и авторитет среди подписчиков.

Сейчас технологии позволяют создавать рекламные сообщения, учитывающие все индивидуальные характеристики и запросы пользователей, генерировать рекламные объявления с учетом индивидуальных особенностей. Рассмотрим, какие значительные трансформации пережили отечественные индустрии рекламы и PR, благодаря одной из ключевых движущих сил — эволюции рекламных технологий.

Эволюция рекламных технологий

1703 год — важный этап в развитии отечественной рекламы. Петр I издал указ о создании первой русской газеты «Ведомости», в которой изначально в небольшом объёме размещались рекламные объявления. Но уже в середине XVIII века раздел рекламы занимал такое же место, как и информационная часть газеты.

Начало XIX века — создание журнала «Московский телеграф» Н.А. Полевого (1796-1846 гг.). Он стал самым настоящим прорывом в журналистике, ведь в нем появляются образцы рекламы под рубриками «Московские записки», «Отечественные известия», «Модные обычаи».

Середина 60-х годов XIX века в Санкт-Петербурге (невский проспект у Пассажа) и в Москве (на Тверской в доме Гудович) появились первые рекламные агентства. Также было создано «Русское телеграфное агентство» (РТА). Именно с этого момента распространение новостей имиджевого, позиционирующего и рекламного характера получило в России общегосударственный масштаб.

Конец XIX века сформировал новую эпоху развития рекламного дела благодаря прессе. Распространялось огромное количество рисованных изображений и рисованной рекламы на газетных полосах, тем самым сокращая объем текстовой составляющей, менялся словесный ряд, в сторону конкретизации и лаконичности. В этот период также совершенствуется содержание рекламных афиш: их авторство всё чаще принадлежит профессиональным живописцам.

Вторая половина XIX века — появление многоцветного плаката как разновидности рекламного и PR-контента. Так в 1897 году На первой в России Международной выставке художественных афиш в Санкт-Петербурге присутствовали известные мастера: Михаил Врубель, Константин Коровин, Евгений Лансер, Борис Кустодиев, братья Васнецовы Виктор и Аполлинарий и др.

Послереволюционный период характеризуется острой идеологической направленностью. В период Гражданской войны реклама сводилась к агитации, где мастерство живописи уступало место шаблонам, трафаретам и лозунгам: «Вся власть советам!», «Даешь учредительное собрание!», «Мира и хлеба!».

Во времена Великой Отечественной войны художники работали над агитационными плакатами, такими как: «Родина-мать зовет!», «Папа, убей немца!» и др.

А в послевоенные годы появлялись крупные рекламные организации: «Союзторгреклама», «Укрторгреклама», «Роскооптореклама», «Внешторгреклама»; создавались рекламные организации при Аэрофлоте, Министерстве культуры и других министерствах.

С 50-х по 80-е в СССР дефицит большинства народного потребления, соответственно надобность в рекламных и PR-материалах отпадала. К примерам рекламных слоганов тех времен можно отнести: «Летайте самолетами «Аэрофлота»!», «Пейте советское шампанское!».

Начало 90-х – распад централизованной рекламной службы и, как следствие, в 1992 году в Москве возникли десятки рекламных агентств. Это был период «дикой» рекламы».

2000-е годы характеризуются быстрым ростом экономики и, как следствие, появление крупных интернет-компаний и увеличение числа пользователей в интернете. Существенно важным цифровым явление того периода становится появление поисковой рекламы, например, «Яндекс.Директ», которая быстро выбивается в лидеры рекламного диджитал-рынка.

В 2010-х годах случается мобильная революция: массовое распространение получают «умные телефоны» — смартфоны. Это приводит к увеличению числа пользователей мобильного интернета. Активно растет и развивается рекламный и PR-контент в социальных сетях («ВКонтакте», «Одноклассники» и пр.). [2]

С 2020 по 2025 — в последние годы рекламные и PR технологии претерпели значительные изменения, вызванные быстрым развитием цифровых технологий и изменением потребительского поведения. Период последних пяти лет ознаменовался значительным прогрессом в области персонализации, автоматизации и анализа данных, что привело к созданию более эффективных и целенаправленных маркетинговых стратегий. Одной из ключевых тенденций этого периода стало широкое использование искусственного интеллекта (ИИ) и машинного обучения. Эти технологии позволяют рекламистам и PR-специалистам анализировать большие объемы данных о поведении потребителей и создавать персонализированные рекламные кампании, которые более точно нацелены на аудиторию. ИИ также используется для автоматизации процессов, таких как управление рекламными кампаниями и взаимодействие с клиентами через чат-боты и виртуальных ассистентов. Таким образом, период с 2020 до 2025 год характеризуется значительным развитием технологий, которые меняют способы взаимодействия брендов с потребителями и формируют новые подходы к рекламе и PR, остановимся на базовых:

Персонализация рекламного и PR-контента: технологии позволяют создавать персонализированные рекламные сообщения, учитывающие индивидуальные характеристики, предпочтения пользователя. Это значительно повышает эффективность рекламы, поскольку сообщение становится ответом на «боли целевой аудитории» — конкретных, заинтересованных пользователей. Это позволяет установить тесную связь с аудиторией.

Аналитика больших данных: анализ данных о поведении потребителей/покупателей (история покупок, отслеживание посещения веб-сайтов, активности в определенных социальных сетях и т.д.) позволяет создавать персонализированные профили и разделять аудиторию по различным характеристикам и предпочтениям — сегментировать ЦА.

Динамическая реклама: рекламные объявления генерируются в реальном времени с учетом индивидуальных характеристик. Например, в рекламном баннере или рекомендации может отображаться имя пользователя на основе его предпочтений. Чаще всего такой вид рекламы мы можем наблюдать в социальной сети «ВКонтакте».

Блокчейн: блокчейн-технологии используются для создания прозрачных и безопасных систем управления рекламой и PR. Это позволяет избежать мошенничества и повысить доверие потребителей.

Мобильные приложения: мобильные приложения становятся важным каналом для рекламы и PR. Они позволяют компаниям взаимодействовать с пользователями в реальном времени и предлагать им персонализированные предложения.

Виртуальная, дополненная и смешанная реальность (VR-, AR-, MR-реальности): эти технологии позволяют создавать интерактивные и захватывающие рекламные и PR-материалы. Например, виртуальные туры по магазинам или дополненные **VR-**реальностью рекламные кампании.

Роботы и аватары: использование роботов и аватаров для взаимодействия с клиентами становится все более популярным. Это позволяет компаниям предоставлять круглосуточный сервис и повышать удовлетворенность клиентов.

Стремительное развитие ИИ уже давно перестало быть просто перспективным будущим, оно стало неотъемлемой частью рекламной деятельности. Новая технология полностью трансформирует ландшафт рекламы, предлагая специалистам новые возможности для повышения эффективного воздействия на покупателя, автоматизации процессов на этапах разработки рекламного материала, а также облегчения самого процесса его создания. Для того чтобы понять на сколько ИИ эффективен в рекламной сфере, необходимо рассмотреть его преимущества и недостатки.

Преимущества:

1. ИИ имеет возможность анализировать социальные сети, новостные сайты, поисковые запросы и т.д., выявляя скрытые тренды. На основе этого появляется возможность генерировать новые рекламные и PR-идеи.
2. ИИ имеет возможность генерировать рекламные объявления и PR-материалы: изображения (уникальные для каждого пользователя) и текст (адаптированный под разные платформы и целевые аудитории).
3. ИИ имеет возможность анализировать эффективность элементов визуального контента (цвет, динамика, композиция, шрифт и тд.), а также предлагать способы создания и улучшения рекламного и PR-контента.
4. ИИ имеет возможность комбинировать между собой различные концепции и получать неожиданные, свежие креативные решения.
5. ИИ имеет возможность анализировать текстовый контент на предмет его эффективности (читабельность, убедительность, эмоциональное воздействие) и предлагать улучшение.

Недостатки:

1. Проблема данных: качество анализа напрямую зависит от правдивости и полноты данных, поэтому недостоверная информация может привести к неэффективности рекламных и PR-материалов.
2. Этический аспект: важно разрабатывать этические принципы использования ИИ в рекламе и PR, для того, чтобы персонализированная реклама не стала использоваться для манипуляции потребителем.
3. Доступность, качество, стоимость: новые технологии не редко требуют обеспеченность дорогостоящими гаджетами, что делает их недоступными для локальных компаний, малого и среднего бизнеса. [1]

Таким образом, ИИ в рекламе и PR стремительно набирает обороты. Однако, важно помнить, что новые технологии в креативном процессе должны использоваться как дополнительный инструмент, обработанный и доведенный до конечного результата за счёт человеческого творчества.

Выводы. Современные технологии оказывают значительное влияние на развитие рекламной индустрии и PR, трансформируя традиционные подходы и создавая новые

возможности для взаимодействия с аудиторией. Ныне наблюдается активное внедрение инновационных инструментов, таких как искусственный интеллект (ИИ), виртуальная, смешанная и дополненная реальность (VR, MR и AR), аналитика больших данных и блокчейн. Эти технологии не только расширяют количество каналов для продвижения товаров и услуг, но и повышают эффективность рекламных и PR-кампаний. Однако авторам данной работы, на основе проведенного анализа, будущее рекламы и PR представляется исключительно как симбиоз человеческого творчества и интеллектуальных возможностей ИИ. Искусственный интеллект, несмотря на все свои преимущества, не сможет заменить человека и его способность генерировать и создавать оригинальные идеи, которые основаны на интуиции, эмоциональном восприятии и культурном контексте. Человеческое творчество остается незаменимым элементом в разработке креативных концепций и стратегий, которые находят отклик у аудитории. В то же время, ИИ способен значительно повысить эффективность и точность рекламных и PR-кампаний, предоставляя аналитические данные, автоматизируя рутинные задачи и предлагая персонализированные решения. Таким образом, будущее рекламы и PR видится как гармоничное сочетание человеческого креатива и технологических возможностей ИИ, где каждый элемент дополняет и усиливает друг друга. В заключение, можно отметить, что современные технологии продолжают активно развиваться и внедряться в рекламную индустрию и PR, открывая новые горизонты и возможности для рекламистов и специалистов по связям с общественностью. Важно не только следить за новыми тенденциями, но и уметь интегрировать их в свои стратегии, сохраняя при этом уникальность и креативность, присущие человеческому мышлению.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Евстафьев, В.А. Тюков, М.А. Искусственный интеллект и нейросети: практика применения в рекламе: учебное пособие/ В.А. Евстафьев, М.А. Тюков. – Москва: Дашков и Ко, – 427 с. ISBN: 978-5-394-05909-4
2. Николаева, М.А. История рекламы и средств массовой информации: курс лекций [Текст] /; ФГБОУ ВПО «Урал. гос. пед. ун-т». – Екатеринбург, 2012. – 174 с.
3. Чабанюк, Т.А. Теория и практика рекламы: учеб. пособие / Т.А. Чабанюк. – Комсомольск-на- Амуре, 2013. – 62 с.

MODERN TECHNOLOGIES IN THE ADVERTISING INDUSTRY AND PR: EVOLUTION AND TRENDS

Annotation. This paper presents the main advantages and disadvantages of applying modern artificial intelligence in advertising and PR. The main stages and trends of the evolution of advertising and PR technologies are examined, and their impact on advertising and PR activities is analyzed. This allows for a better understanding of how new technologies transform creative industries.
Keywords: technologies, artificial intelligence, advertising, PR, personalization, trends.

Nebosenko S.B.
Scientific adviser: Kuharenko E.A., senior lecturer
Donetsk State University
E-mail: sofianebosenko8@gmail.com

УДК 821.161.1-312.9.08.091Толстой А.К.:821.161.1-312.9Гоголь-042.3

ГОГОЛЕВСКИЕ «РЕФЛЕКСЫ» В ПОВЕСТИ А.К. ТОЛСТОГО «УПЫРЬ»

Остахова П.А.
Научный руководитель: Квашина Л.П., канд.филол.наук, доцент
ФГБОУ ВО «ДонГУ»

Аннотация. В данной статье рассматривается влияние поэтики творчества Н.В. Гоголя на дебютную повесть А.К. Толстого «Упырь». Особое внимание уделяется мотивам вампиризма, теме родового проклятия, теме «оживающего» портрета, особенностям сюжетной организации произведения. Исследованы параллели между персонажами, сюжетными линиями и художественными приемами, используемыми писателями. Гоголевские «рефлексы» в прозе А.К. Толстого рассматриваются не как осознанные заимствования, отсылки к известным художественным текстам, формой подражания им, а как ощутимое присутствие знакомства с творчеством великого русского писателя, причастность к литературной школе русской классики. Данная работа позволяет глубже понять связи и взаимовлияния в русской литературе XIX века.
Ключевые слова: А.К. Толстой, повесть «Упырь», Н.В. Гоголь, тема вампиризма, тема родового проклятия.

Вступление.

«Рефлекс» буквально означает «отражение». Этот оптический термин используется в изобразительном искусстве и означает «отсвет», который возникает как эффект отражения света от окружающих его предметов [1, с. 510]. Если расширить понимание этого термина до широкого художественного значения, то «рефлекс» – это «отсвет» стиля, поэтики значимого автора, своеобразная форма литературного влияния, которая свидетельствует об опыте знакомства с его творчеством и одновременно не является прямым заимствованием или цитацией.

Повесть «Упырь» была предметом исследовательского внимания В.Ш. Кривоноса, В.М. Марковича, М.А. Турьян и др.: анализировались литературные влияния немецкого и английского романтизма, русской прозы начала, некоторые особенности поэтики [9; 10; 15]. Целью нашего исследования является изучение влияния творчества Н.В. Гоголя на художественное сознание и стиль молодого А.К. Толстого. Это важно для более глубокого понимания стиля писателя, особенностей художественной прозы, а также общих тенденций развития литературного процесса тридцатых-сороковых годов XIX века.

Основная часть.

А.К. Толстой – известный литературный деятель середины – второй половины XIX века, автор исторического романа «Князь Серебряный», драматической трилогии «Смерть Иоанна Грозного», «Царь Федор Иоаннович», «Царь Борис», участник блистательной пародийной мистификации Козьма Прутков, получившей широкую известность в читательских кругах. Первые выступления А.К. Толстого в печати относятся к жанру фантастической повести. Прежде всего, это мистическая повесть «Упырь», опубликованная в 1841 году под псевдонимом Краснорогский (Красный Рог – это его любимая усадьба, место литературное). До этого им были написаны на французском языке рассказы «La famille du vourdalak» («Семья вурдалака») и «Le rendez-vous dans trois cents ans» («Встреча через триста лет»). Кроме того, в 1846 году Толстой создаёт оригинальную фантастическую повесть «Амена» из времён гонений на христиан в Древнем Риме.

Фантастическая повесть становится объектом интереса для русских писателей в 20-е годы XIX века. Значимое влияние на развитие этого жанра оказала эстетика романтизма. Взаимопроникновение действительности и потустороннего мира является ключевой чертой фантастической повести. Вторжение чудесного в обыкновенную жизнь становится стимулом для переосмысления простых человеческих ценностей.

Родоначальником фантастической повести в русской литературы считается дядя А.К. Толстого А.А. Перовский, выпустивший под псевдонимом Антоний Погорельский в 1825 году повесть-быличку «Лафертовская маковница». Сцены колдовства и гадания, устрашающий облик привидения маковницы, человека с головой кота, – всё это создавало ореол чудесного. Следует отметить, что Перовский был большим поклонником творчества Гофмана, лично с ним общался, что отразилось в его произведениях, а в дальнейшем оказало влияние и на творчество его племянника.

Определённое влияние на А.К. Толстого оказали английский романтизм (Байрон и созданный им новый тип поэмы, в центре которой стоял герой-индивидуалист, историческая проза Вальтера Скотта), немецкая романтическая фантастика, представленная Гофманом и его романом «Эликсиры Сатаны», отечественные произведения, в центре которых загадочные происшествия, вызванные присутствием ирреального мира. Повесть «Вампир», записанная Дж. Полидори по устному рассказу Дж. Байрона, актуализировала тему вампиров, подхваченную французской и русской литературой: сборник поэтических стилизаций П. Мериме и переведённые из него баллады Пушкина, которые вошли в сборник «Песни западных славян».

Известно, что А.К. Толстой с детства интересовался духами, привидениями, перевоплощениями. У Перовского была собрана редкая и интересная библиотека книг по мистике, спиритизму, магии и т.д. Широко был представлен в ней и популярный в это время готический роман. Получается, что Алексей Константинович получил в наследство от дяди и библиотеку, и пристрастие к таинственному и чудесному. Хотя сам он иронизировал над своим увлечением сверхъестественным, элементы мистики встречаются почти во всех его ранних произведениях.

Повесть «Упырь» представляет собой уникальный пример взаимодействия мира реального и мира потустороннего, действительность и чудеса переплетаются в ней сложнейшим и неожиданнейшим образом. Мистическое в творчестве А.К. Толстого предстаёт не только как художественный приём, но и как способ осмысления мироустройства.

В 1837 году Толстой, путешествуя по Европе в рамках русской дипломатической миссии, оказался во Франкфурт-на-Майне, где впервые увиделся с Гоголем, затем встречи продолжились в Риме. Очевидно, что у них было много тем для разговоров. Гоголь очень интересовался готическим романом, а немецкие романтики, в частности Э. Гофман и Л. Тик, оказали большое влияние на его творчество.

В повести «Упырь» А.К. Толстой использует ряд традиционных приемов готического жанра, вместе с тем начало произведения совершенно обыкновенно и ничем не отличается от светской повести: действие разворачивается на балу, где главный герой Руневский влюбляется в прекрасную молодую девушку Дарью. Однако двигателем сюжета становится не любовная коллизия, а мрачные тайны прошлого семьи героини. После слов странного господина Рыбаренко о том, что бригадирша Сугробина и Теляев – упыри, ещё недавно цельный, вполне бытовой мир раздваивается на видимый, в котором любящая бабушка приглашает внучку к себе на дачу, и инфернальный, где та же бабушка и её спутник предстают злобными вампирами, которые хотят погубить юную красавицу.

Заметим, что господин Рыбаренко, одно из важных действующих лиц в толстовском «Упыре», «родом малороссиянин», как и герои «Вечеров на хуторе близ Диканьки». Во многом благодаря повестям Гоголя в читательском сознании этого времени установилась связь Малороссии с фантастическими историями, чудесными и сверхъестественными сюжетами. Исследователи отмечают, что это оказало влияние на творчество А. Погорельского, в частности, его цикл «Двойник, или Мои вечера в Малороссии», и возможно, определило родовые корни героя Толстого Рыбаренко, связанного с таинственными происшествиями.

Повесть «Упырь» и «Вечера на хуторе близ Диканьки» сближает не только атмосфера таинственности и загадочности, но и многочисленные фантастические персонажи. «Нечистая сила» приобретает власть над людьми, становится источником ужасов и преступлений. Основными носителями зла и враждебными человеку существами в повести А.К. Толстого являются бригадирша Сугробина и Теляев, которых Рыбаренко называет упырями. Они вовсе не чуждаются людей, соблюдают светские приличия и, кажется, ничем не отличаются от окружающих. Мотив вампиров-кровососов присутствует в повести Н.В. Гоголя «Вечер накануне Ивана Купала». Ведьма, которая показывает Петрусю спрятанное в земле золото, высасывает кровь у убитого им Ивася и провоцирует его переход в демонический мир: «Ведьма, вцепившись руками за обезглавленный труп, как волк, пила из него кровь…» [4, с. 146]. Заметим, что у А.К. Толстого жертвой упырей становится живой человек. Лишь спустя время он бледнеет и умирает, а у Гоголя ведьма пьёт кровь у мертвеца. «Вечер накануне Ивана Купала» заканчивается тем, что после исчезновения Петруся вместо золота в мешках оказываются черепки. В «Упыре» есть близкий сюжетный мотив: когда Рыбаренко рассказывает о своём пребывании на вилле дон Пьетро, он вспоминает, что на месте драгоценностей, купленных им ночью у контрабандиста Титта Каннелли, наутро оказались человеческие кости.

Одной из особенностей повести А.К. Толстого является сложная сюжетная организация. Повествователь находится вне мира повествования, но организует его, используется приём «рассказа в рассказе» – предание, изложенное господину Рыбаренко аббатом. В нём повествуется о хозяине никем не обитаемого дома в городе Комо, который, по слухам, продал свою душу чёрту, а также контрабандисте Титта Каннелли, скрывающем свои сокровища в этом месте. Вставной рассказ на самом деле является предысторией центральных событий повести. Такая композиция напоминает сложно организованный сюжет «Страшной мести». Мрачная история, сплетённая из ужасающих преступлений колдуна, следующих друг за другом, раскрывается перед читателем постепенно, но причина всех злодеяний остаётся неразгаданной до самого конца. Вставной эпизод служит своеобразным объяснением для читателя. Оказывается, что судьба колдуна была предопределена задолго до его рождения. Один из его предков столкнул в пропасть своего брата и племянника, чтобы овладеть их богатством, за что и обрёк свой род на несчастную жизнь.

Вхождение мистического начала в художественную ткань произведения осуществляется с помощью сновидений. Данный композиционный приём занимает важное место и в «Упыре». Во время сна душа человека становится уязвима и подвластна потусторонним силам. В «Страшной мести» и в повести А.К. Толстого трудно различить, где кончается сновидение и начинается реальность.

Ключевую роль в повести Гоголя играет тема родового проклятия. Прошлое определяет ход событий в настоящем и служит нравственным уроком для героев произведения. Идея нравственной ответственности человека перед будущими поколениями играет также важную роль в «Упыре». В.С. Соловьев при переиздании «Упыря» в 1899 году в своём предисловии к книге писал: «Общий смысл повести – нравственная наследственность, устойчивость и повторяемость типов и деяний, искупление предков потомками» [13, с. 376]. Именно поэтому игра автора с фантастическими элементами отражает стремление растворить их в реальности: всему должно быть найдено естественное объяснение, в том числе и року.

Особый интерес в повести «Упырь» представляет мотив оживающего портрета. Одним из важных источников этого мотива стала повесть Гоголя «Портрет». Что даёт основание для такого утверждения? Что сближает эти повести?

И в «Портрете», и в «Упыре» носители сверхъестественных сил, на первый взгляд, ничем не отличаются от других людей. Ирреальное прячется за маской обыденности.

Главным героем гоголевской является молодой художник Чартков. В начале повести автор характеризует его как человека, всем сердцем преданного своему делу. Он не лишён таланта, в его картинах чувствуется стремление создать нечто впечатляющее, но ему это не всегда удаётся. У Чарткова есть вкус, но порой он не понимает всей глубины картин старинных мастеров и не признаёт их значимости. Нередко им овладевает желание «пуститься писать модные картинки, портретики за деньги»: «Тогда завидно рисовалась в голодном его воображенье участь богача-живописца...» [5, с. 101].

В гоголевской повести ростовщик совсем не похож на дьявола и выделяется среди жителей своего города только своим азиатским одеянием и южной внешностью, а слова о том, что все, кто получали от него деньги, оказывались несчастными и умирали в ужасных муках, достоверными назвать нельзя по той причине, что произнесены они «ненадёжным рассказчиком» и названы слухами и «нелепыми толками». Роль ростовщика выходит за рамки простого кредитора. Взаимодействие с ним становится для героев своеобразным тестом, проверкой на прочность моральных устоев. Те, кто слаб духом, легко поддаются его влиянию, всё глубже погружаясь в омут греха. Поэтому не удивительно, что Чартков увидел во сне, как «черты лица двинулись, и губы его стали вытягиваться к нему, как будто бы хотели его высосать…» [5, с. 97]. Черты старика отражают вампирскую природу самого портрета. Он действительно поглощает как молодость Чарткова, так и его дар.

Автор «Упыря» поступает похожим образом: несмотря на заявление Рыбаренко о том, что бригадирша Сугробина и Семен Семенович Теляев являются упырями, их внешний вид и поведение ничем не примечательны. Чёрт, жертвой которого стал Пьетро, выделяется среди других людей только своим чёрным домино, хотя, как впоследствии заявляет Владимир, «вещь такая обыкновенная, что о ней могли говорить не три, а тридцать человек, вовсе между собою не согласившись» [14, с. 60].

В произведении А.К. Толстого портрет является фамильной вещью рода Островичевых и связывает линию Прасковьи Андреевны с историей Руневского и Даши. Прасковья Андреевна, тётушка бригадирши Сугробиной, была невестой итальянского дворянина Пьетро д’Урджина – богатого иностранца, не отличающегося щедростью, но привыкшего жить в роскоши. Автор пишет: «Но, несмотря на необыкновенную роскошь дон Пьетро, многие замечали в нём черты самой отвратительной скупости» [14, с. 56]. Накануне свадьбы Пьетро таинственно исчезает, а Прасковья Андреевна, получив письмо о его смерти, спустя несколько месяцев умирает. Нельзя не заметить, что в истории дона Пьетро есть определённые сходства с Чартковым. А.К. Толстой не раскрывает источников его богатства, но, по всей видимости, деньги и огромные запасы хлеба в неурожайные годы, когда половина жителей умирала с голоду, достались ему от черта, которому он продал свою душу. Наказание приходит к нему в виде человека в чёрном домино и маске, который его забирает в ад. Важной деталью, которую не стоит упускать, является картина, обнаруженная после смерти Пьетро в его спальне: «После погребения, пришедши в спальню отца, он увидел на стене картину el fresco, которой никогда прежде не знал. То была женщина, играющая на гитаре. Несмотря на красоту лица, в глазах её было что-то столь неприятное и даже страшное, что он немедленно приказал её закрасить. Через несколько времени увидели ту же фигуру на другом месте...» [14, с. 30] Мотив оживающей картины присутствует также в эпизоде, когда Руневский, ночуя в загородному доме Пьетро д’Урджина, просыпается и с ужасом видит ожившую «женщину-фреск» с «нечеловеческим взглядом».

Это не единственный портрет в повести А.К. Толстого. Изображение Прасковьи Андреевны, невесты дон Пьетро, расположенное на даче у бригадирши Сугробиной, выполняет роль звена, связывающего несколько поколений одной семьи. Именно сходство Прасковьи Андреевны с Дарьей позволяет снять родовое проклятие. Желание Прасковьи Андреевны, чтобы с её портретом обручились и надели ей на палец

собственное кольцо, оказывается исполненным, когда Руневский делает предложение Даше. Портрет Прасковьи Андреевны – это не просто деталь интерьера, а важный предмет, который является завязкой мистических событий, произошедших с Руневским.

Теперь обратимся к тем чудесным происшествиям, которые произошли с главным героем гоголевской повести «Портрет». Писатель показывает губительную силу золота на примере Чарткова, который, ослеплённый богатством, найденным в рамке картины с изображением ростовщика, сделал искусство средством достижения высокого положения в обществе. Старый художник, автор злополучного портрета, писал картину с отвращением и не сумел вложить в неё своей прекрасной души. В итоге портрет стал сеять зло среди людей и доставил неприятности не одному человеку. Кроме того, никто не мог уничтожить этот портрет: те, у кого он оказывался в руках, становились злыми и жестокими.

И ростовщик в азиатском халате, и призрак Прасковьи Андреевны сходят с картин тогда, когда главные герои исследуемых произведений спят. При этом и у Толстого, и у Гоголя повествование строится таким образом, будто встреча героев с потусторонними силами происходит на самом деле. Достигается, однако, это разными способами. Толстой использует приём искажения и обмана восприятия: и Рыбаренко, и Руневский объединяют черты внешности лиц, изображённых на портретах, с их реальными «копиями». Рыбаренко принимает Пепину, сестру контрабандиста Титта Каннели, за женщину-фреск, а Руневский путает Прасковью Андреевну с Дарьей. Гоголь, в свою очередь, использует сюжет сна во сне. Пробуждения Чарткова оказываются всего лишь продолжением кошмара, в котором тёмные силы оживают. Главный герой не понимает, видел ли он старика на самом деле, или это был сон. В пользу первого варианта свидетельствуют ощущения Чарткова, согласно которым его рука ощущала как будто в ней только что находилась тяжесть, и свёрток с червонцами, найденный в рамке портрета. Если кожные рецепторы можно обмануть, то предмет, обнаруженный живописцем, – доказательство того, что старик действительно сходил с картины. С другой стороны, этому обстоятельству также можно найти логическое объяснение, если предположить, что портрет был фамильным.

Следует обратить внимание на то, что события, происходящие с Чартковым после покупки картины, ставят его в один ряд со всеми теми людьми, которые не смогли удержаться от соблазна обогатиться и стали жертвами проделок ростовщика. Случайность, кардинально изменившая его жизнь, привела к тому, что он потерял свою индивидуальность. Безумие Чарткова – проявление всеобщего безумия, возникающего в результате стремления людей к наживе. В.Ш. Кривонос справедливо замечает: «Испытание героя есть здесь и проверка истинности его пути, предметным выражением которого окажутся потом портреты, которые он станет писать на заказ. Онтология пути связана таким образом в гоголевской повести с онтологией границы» [9, с. 149]. Важно отметить, что после приобретения картины герой погружается в размышления о своей жалкой участи. Найденный им клад подталкивает его к тому, чтобы он связал свою судьбу с портретом.

Другая ситуация представлена в повести «Упырь». Руневский по какой-то причине становится человеком, который должен снять проклятие и обручиться с портретом Прасковьи Андреевны. Сам того не осознавая, он оказывается втянут в историю рода Островичевых, и ему удаётся изменить его судьбу. В отличие от Чарткова, он проходит путь, который делает его непохожим на других людей, обретает свою индивидуальность, отказывается от роли ведомого и в конце концов по своей воле обрывает всякий контакт с трагическим миром чудесного, чтобы не расстраивать Дашу словами о том, что её бабушка и Семён Семёнович Теляев были упырями и чуть не лишили её жизни.

Наш анализ показывает, что в обоих произведениях освещается история губительно действующего на людей портрета и судьба человека, продавшего душу дьяволу. В

«Портрете» эта тема организует композицию произведения, в «Упыре» играет важную, но не центральную роль. В обоих произведениях портрет наделен магической силой посредника между реальным и потусторонним мирами.

Выводы

Повесть А.К. Толстого появляется на излёте эпохи романтизма в русской литературе. В это время в права вступают другие художественные тенденции: реалистическое изображение действительности и социальная проблематика. Нельзя не отметить присутствующую в повести лёгкую авторскую иронию. Впрочем, эта ирония амбивалентна: она, как нам кажется, обращена, с одной стороны, к уходящему романтизму, всюду предполагающему «двойное дно», а с другой – к наступающему плоскому натурализму – мир на самом деле сложнее, загадочнее любых его материальных проявлений.

Сделанные нами наблюдения не дают оснований для утверждения о прямом влиянии произведений Н.В. Гоголя на А.К. Толстого. Для литературы начала XIX вв. характерно наличие общего пространства фантастических сюжетов и мотивов, а также стилевых приемов и форм. Писатели обращались к ним свободно, и в то же время несомненно «отраженное» творческое влияние наиболее значимых творческих фигур, которые определяют стиль эпохи.

Гоголевские «рефлексы» в прозе А.К. Толстого нельзя считать осознанным заимствованием, отсылкой к известным художественным текстам или формой прямого подражания им. Скорее, это ощутимое присутствие опыта знакомства с творчеством великого русского писателя, причастности к литературной школе русской классики, что проявляется на разных уровнях произведения и формирует стиль писателя.

Повесть «Упырь» стала дебютной для А.К. Толстого, она получила благожелательный отзыв В.Г. Белинского, который увидел в ней «все признаки ещё молодого, но тем не менее замечательного дарования» [2, с. 3]. Впереди – работа над историческим романом «Князь Серебряный» и усвоение художественного опыта повести Н.В. Гоголя «Тарас Бульба».

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Аполлон. Изобразительное и декоративное искусство. Архитектура: Терминологический словарь / под общ. ред. А.М. Кантора. – М.: Эллис Лак, 1997.– 736 с.
2. Белинский В.Г. Упырь. Сочинение Краснорогского // Собр. соч.: в 9 т. / В.Г. Белинский – Т. 4. Статьи, рецензии и заметки. Март 1841 – март 1842. – М.: Худ. лит., 1979. – 177 с.
3. Васильев С.Ф. Поэтика реального и фантастического в русской романтической прозе / С.Ф. Васильев // Проблемы исторической поэтики. – Петрозаводск, 1990. – Режим доступа: https://cyberleninka.ru/article/n/poetika-realnogo-i-fantasticheskogo-v-russkoy-romanticheskoy-proze-1
4. Гоголь Н.В. Вечера на хуторе близ Диканьки / Н.В. Гоголь // Полн. собр. соч.: в 14 т. – М.: Изд-во АН СССР, 1940. – Т. 1. – С. 103–316.
5. Гоголь Н.В. Портрет // Полн. собр. соч.: в 14 т. – М.: Изд-во АН СССР, 1938.– Т. 3. – С. 87–146.
6. Гуковский Г.А. Реализм Гоголя / Г.А. Гуковский. – М.; Л.: Гос. изд-во худ. лит., 1959. – 531 с.
7. Жуков Д.А. Алексей Константинович Толстой / Дмитрий Жуков. – М.: Молодая гвардия, 1982. – 383 с.
8. Колосова Н.П. А. К. Толстой / Наталья Колосова. – М.: Мол. гвардия, 1984. – 79 с.
9. Кривонос В.Ш. Повести Гоголя: пространство смысла: монография / В.Ш. Кривонос. – Самара: Изд-во СГПУ, 2006. – 442 с.
10. Маркович В.М. Дыхание фантазии / В.М. Маркович // Русская фантастическая проза эпохи романтизма (1820–1840): сб. произведений – Л.: Изд-во Ленинград. ун-та, 1991.– С. 5–47.
11. Полякова А.А. Готическая традиция в прозе А.К. Толстого «Упырь» / А.А. Полякова, О.В. Федунина // Новый филологический вестник. – 2006.– № 1 (2). – С. 47–61.
12. Семибратова И.В. Типология фантастики в русской прозе 30 – 40-х годов XIX века: Автореф. дисс.на соискание учен. степени доктора филол. наук : 10.01.01 / И.В. Семибратова – М., 1973. – 20 с.
13. Соловьев В.С. Предисловие к книге А.К. Толстого «Упырь» // Философия искусства и литературная критика / В.С. Соловьев. – М., 1991. – 612 с.

14. Толстой А.К. Собр. соч.: в 4 т. / А.К. Толстой; ред. И. Ямпольский. – Т. 1. Художественная проза. Статьи. – М.: Худ. лит., 1964. – 600 с.
15. Турьян М.А. Личность А.А. Перовского и литературное наследие Антония Погорельского / М.А. Турьян // Погорельский А. Сочинения. Письма. – СПб.: Наука, 2010. – 579 с.
16. Шумко, В.В. Повесть А. К. Толстого «Упырь» как этапное произведение в развитии фантастической прозы I половины XIX века / В.В. Шумко // Весник Витебского гос. ун-та. – 2003. – № 3 (29). – С. 71–79.

GOGOL'S REFLEXES IN A.K. TOLSTOY'S STORY «THE VAMPIRE»

Annotation. This article investigates the influence of N.V. Gogol's poetics on A.K. Tolstoy's debut novel «The Vampire». Particular attention is paid to the motifs of vampirism, the theme of ancestral curse, the tradition of «reviving» portrait, the complex plot organization of the story. Parallels between characters, plot lines and artistic methods used by the writers are investigated. This work allows to understand more deeply the connections and mutual influences in the Russian literature of the XIX century.
Keywords: A.K. Tolstoy, story «The Vampire», N.V. Gogol, the theme of vampirism, the theme of kin curse.

Ostachova P.A.
Scientific adviser: Kvashina L.P. Ph.D., associate professor Donetsk
State University
E-mail: ostakhova_polina@mail.ru

УДК 658.8

АНАЛИЗ РЫНКА КРОСС-МЕДИЙНЫХ РОССИЙСКИХ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ (ПОСЛЕ НОВОСТИ О ЗАПРЕТЕ YOUTUBE)

Павленко Э. Н.
Научный руководитель: Артамонова И. М., д.н. по соц. комм., доцент
ФГБОУ ВО «ДонГУ»

Аннотация. В данной работе проводится анализ рынка кросс-медийных российских средств массовой информации. Выявлены основные особенности функционирования средств массовой информации в условиях быстроменяющихся тенденций в мире и России. Выявлены основные изменения на рынке СМИ после новости о запрете YouTube и других медиа-платформ.
Ключевые слова: журналистика, рынок средств массовой информации, СМИ, кросс-медиа, анализ.

Проблема исследования. В эпоху, когда международная военно-политическая обстановка накаляется, информационное пространство превращается в арену борьбы между ведущими мировыми державами. Борьба за умы и сердца людей через средства массовой информации становится одним из ключевых аспектов глобальной конкуренции. Сегодня российские СМИ сталкиваются с нарастающими ограничениями со стороны западных стран. Западные медиагиганты оказывают значительное влияние на информационное пространство благодаря своему доминированию в сфере создания социальных сетей, видеохостингов и поисковых сервисов. В связи с этим возникает необходимость уделить особое внимание технологическим аспектам информационного взаимодействия массмедиа.

Цель исследования – провести анализ рынка кросс-медийных русскоязычных средств массовой информации (после новости о запрете YouTube).

Основная часть. В современном мире уже невозможно представить человека без использования медиакультуры, особенно молодое поколение России. Данный вид культуры оказывает значительно влияние на современного человека посредством того, что она стала частью нашей повседневной жизни и в связи с определенными процессами, которые протекают в обществе она подвергается значительным изменением [3, с. 311]. Под эти процессы и изменения попадает кросс-медийная журналистика.

В истории теории русской журналистики анализируемый термин рассматривался недостаточно глубоко и не имеет полномасштабного осмысления. Более развивался он в центре Европы на западе: в Германии, США и Великобритании. Иностранные коллеги определяют термин «кросс-медиа» таким образом: «*дистрибуцию интеллектуальной собственности, сервиса, истории или опыта через различные медиаплатформы с использованием различных медиаформатов*» [2, с. 116]. То есть, контент диверсифицируют между различными медиа платформами. Такая стратегия позволяет получить максимальный доход от распространяемого контента с минимальными затратами на его продвижение через чужие сообщества, социальные сети и прочие доступные нам PR-взаимодействия.

Как отмечает автор А. В. Муха, продвижение бренда редакции через медиаплатформы предоставляет СМИ уникальные возможности для достижения своих целей по взаимодействию с аудиторией, повышению осведомленности о бренде и улучшению конкурентоспособности на медиарынке [4, с. 47]. В 2025 году каждое СМИ имеет как минимум два канала распространения собственных публикаций на различных медиа платформах. Больший уклон редакции предпочитают делать на социальные сети и мессенджеры, так как там находится их целевая аудитория. Для примера можно выделить такие известные российские СМИ (во второй половине 2024 года):

- Интернет-ресурсы: Rbc.ru, Russian.rt.com, Gazeta.ru, Lenta.ru, News.ru, Baza.io, Kp.ru, Life.ru, 360.ru, Aif.ru.
- Журналы: Forbes, Hello!, Men Today, «Эксперт», The Voice, «Профиль», «Сноб», «Москвичка», «7 Дней», «Правила жизни».
- *Газеты*: «Известия», «Коммерсантъ», «Российская газета», «Ведомости», «Комсомольская правда», «Московский комсомолец», «Парламентская газета», «Аргументы и факты», «Аргументы недели», «Экспресс-газета».
- ТВ-каналы: «Россия 1», Первый канал, «Россия 24», РЕН ТВ, телеканал «Звезда», Соловьёв LIVE, телеканал «360», НТВ, Пятый канал, ОТР.

Как замечает исследователь Д. В. Вопсева, в основном, вышеприведенные медиапродукты нацелены на решение шести задач из девяти нижеперечисленных [1, с. 33]:

1) интегрирование каждого элемента самостоятельной работы в медиа-пространстве к единообразию и общности;

2) издательство должно показать читателю метод реагирования на выпущенную новость по тому или иному вопросу, а также сформировать сознание потребителя в области, о которой пишется в материале;

3) необходимо пробудить в потребителе желание высказываться и проявлять свою активную политическую позицию или дать возможность сознательно бездействовать в адрес новости;

4) должно отображать компетентность или некомпетентность политического лидера или чиновника, а также сформировать в голове читателя убеждение о том можно ли доверять данной персоне.

5) аналитической (комментирующей) – осмысление и комментирование фактов действительности, событий, явлений, тенденций развития общественно-политических процессов;

6) политической идеологии – поддержка политических иллюзий и мифов, составляющих суть государственной идеологии;

7) прославление успехов и достижений;

8) привлечение внимания к рабочим местам и производственной деятельности;

9) развлекательный контент и прочее.

Миссия средств массовой информации в России состоит в том, чтобы предоставлять информацию общенационального масштаба и освещать важные события и темы, имеющие значение для всей страны. В связи с этим их развитие часто сталкивается с ограничениями и контролем, особенно когда государство усматривает угрозу стабильности или своей власти в свободном потоке информации. В последние годы (2022–2024) российские СМИ столкнулись с множеством запретов как со стороны зарубежных стран, так и со стороны Российской Федерации. Под запрет попали такие популярные платформы, как Instagram, Facebook, Twitter, TikTok, YouTube и другие. В результате пользователи в России потеряли доступ к этим популярным социальным платформам.

Однако благодаря гибкости кросс-медийности многие российские СМИ перераспределили свои публикации на отечественные хостинги. В частности, после официального замедления интернет-видеоплатформы YouTube из-за нарушения корпорацией Google российского законодательства, креаторы перешли в национальный RUTUBE, а также аналоговой социальной сетью, где можно смотреть вертикальные видео для россиян стал Yappy и классические VK и OK. Кроме того, по исследованию аудитории 2023 года от TgStat среди более 950 миллионов пользователей по платформе Telegram 27% пользователей доверяет официальным каналам СМИ и 73% доверяет конкретным публичным авторам. Это исследование показывает, что мессенджер также

стал популярной платформой для распространения информации среди нашего населения. Целенаправленный выбор платформы редакцией зависит от многих факторов, некоторые из них: цели, идея, задачи проекта, целевая аудитория, результат воздействия на потенциального читателя, инструменты и методы воздействия.

Согласно исследованиям, проведённым в России, среднесуточная аудитория социальной сети «ВКонтакте» (принадлежит VK) в 2024 году выросла на 16,27% по сравнению с 2023 годом, достигнув 56,2 миллиона человек. В Telegram россияне также стали проводить больше времени, рост составил до 13,18%. У YouTube этот показатель снизился до 11,13%.

Крупные медиакомпании фиксируют значительный отток аудитории к новым ресурсам. Их статистика говорит сама за себя: только за последние пять месяцев число подписчиков Telegram-канала у федерального сетевого издания «РИА Новости» возросло количество аудитории на миллион читателей, у информационного агентства «ТАСС» — на 155 тысяч, а у ежедневной общественно-политической газеты «Комсомольской правды» — на 91 тысячу.

Ведущие отечественные специалисты по продвижению контента в интернет-пространстве за три года разработали уникальные стратегии, которые направленны на интересы россиян, и настроили методы анализа промежуточных итогов. Активность в социальных сетях остаётся высокой третий месяц подряд: пользователи пишут свыше трёх миллиардов публичных сообщений ежемесячно, из них около полутора миллиардов публикаций содержат примерно 3,15 миллиарда ссылок на различные ресурсы.

В августе 2024 года показатели отечественных соцсетей выросли как в количественном, так и в качественном выражении, особенно в части доработки систем монетизации контента и рекламных систем. Зарубежные соцсети, напротив, продолжают терять аудиторию и рекламные возможности на российском рынке.

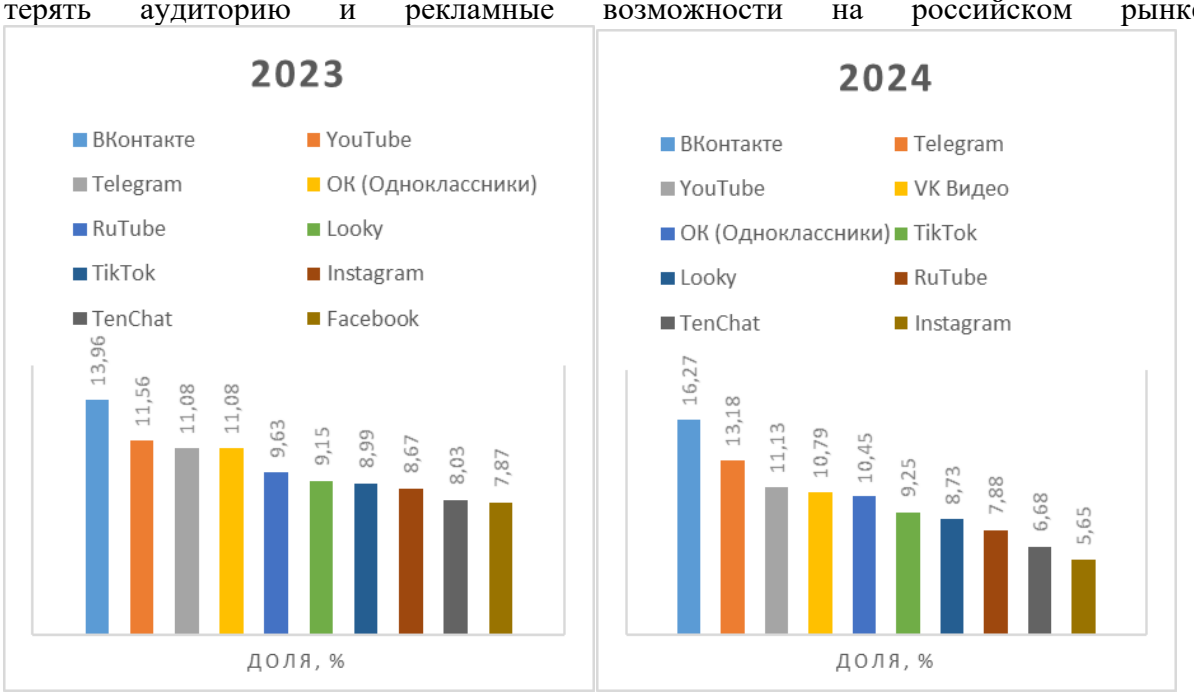


Рис. 1. Динамика роста социальных сетей/онлайн-платформ за 2023-2024 гг. (по данным аналитического Центра АКАР / АРИР / РАМУ)

Социальные медиа в России продолжают активно развиваться, и вместе с ними эволюционируют средства массовой информации. Чтобы добиться успеха в этой сфере, необходимо постоянно адаптироваться к меняющимся предпочтениям аудитории, технологическим новшествам и социальным тенденциям. Бренды, создатели контента и

пользователи должны быть в курсе этих изменений и гибко реагировать на новые возможности и вызовы, которые возникают в цифровой среде.

Стоит привести сформулированные и выявленные авторами И. В. Фотиевой, К. А. Кирилиным, А. О. Брагиной формы и методы работы современных российских СМИ сразу для всех технологических платформ, то есть делают тексты сразу для традиционных и сетевых медиаплатформ [5, с. 426]:

Первое, что стоит брать на рассмотрение это то, что растёт область компетенций в сфере журналистики. У многих редакций, которые работают в кросс-медийном формате, разработаны отделы с спецификой направленности не только классической журналистики, но также и современного знания стратегий SMM-продвижения. В классическом случае такие сотрудники выполняют обязанности по подготовке контента и его публикации во всевозможных аккаунтах, группах, сообществах, чатах редакции на всех медиа платформах, где зарегистрировано издание.

Вторым фактором стали предпочтения аудитории, ведь, очевидно, что с момента, когда поток информации стал огромным, читатели стали уделять меньше внимания на то, что их не заинтересуют. Сжатые, срочные подачи новостей стали менее популярные и традиционный формат устаревает. Вектор интереса читателя перешёл на контент с развёрнутой подачей, где можно узнать не только фактаж новости, но и увидеть событие со всех сторон, с разных мнений и с деталями, которые влияют на отношение к изложенному.

Третий фактор напрямую связан с первым. Это пластичность адаптации контента под аудиторию площадки. При подготовке материала к публикации, сотрудники SMM-отдела должны учитывать тот факт, что каждый хостинг имеет свою специфику подачи контента. К примеру, при подготовке контента для платформы VK до 2020 года нужно было оформлять визуальную составляющую, — в приоритете был горизонтальный формат, — а также текст-подводку к полному материалу, а сейчас короткие вертикальные видеоролики больше популярны, так как образовалась новая инфраструктура под названием VK-клипы внутри социальной сети. Этот фактор SMM-менеджеры должны учитывать при подготовке материала на описываемый хостинг. Главное в этой задаче — умение адаптироваться на новые платформы с момента их появления в сети.

Очевидным стало то, что СМИ регулярно проводят проверку ситуации на медиарынке контента и анализ релевантности способов продвижения в интернет-пространстве. Издание должно уметь подстраиваться под тренды, которые актуальны целевой аудитории, без вреда репутации. Если смогут производить контент под каждую платформу, то их способность на конкуренцию значительно возрастает.

В пояснительной записке к законопроекту о федеральном бюджете на 2025 год и на плановый период 2026–2027 годов сообщается, что в течение трёх лет на финансирование программы «Средства массовой информации» планируется выделить 330 млрд рублей. Законопроект был внесён в Государственную думу РФ 30 сентября 2024 года.

Согласно документу, бюджетные ассигнования по разделу СМИ составят:

- в 2025 году — 137,18 млрд рублей;
- в 2026 году — 96,62 млрд рублей;
- в 2027 году — 96,59 млрд рублей.

Эти суммы включают субсидии бюджетным, автономным учреждениям и иным некоммерческим организациям, расходы на выплаты персоналу, затраты на закупку товаров, работ и услуг для обеспечения государственных (муниципальных) нужд, расходы на социальное обеспечение и иные выплаты населению.

Выводы. Рано или поздно аудитория западных СМИ и платформ обратится к альтернативным источникам информации, где сможет чувствовать себя более свободно.

Это подтверждает растущая популярность Telegram. В то время как привычные кросс-медийные платформы теряют свою актуальность, в России активно налаживают сотрудничество с ведущими СМИ и официальными представителями стран БРИКС. Вместе они намерены противостоять доминированию западных медиакорпораций.

Многие политические деятели подчёркивают важность развития национальных медиа. Они должны быть сильными и профессиональными, чтобы эффективно работать в любых условиях, включая санкции со стороны Запада. В современном формате подачи контента обязательным пунктом при построении контент-плана и подбое инструментов продвижения в кросс-медийном пространстве следует учитывать тот факт, что у аудитории значительно развилось критическое мышление. Следует учитывать также тенденции увеличивающегося уровня патриотизма и активного проявления гражданской позиции. Для успешного продвижения издания на различных интернет-платформах SMM-менеджерам, а также универсальным журналистам стоит учитывать развитие рекламы и маркетинга в интернет-СМИ, а также динамику изменения популярности форматов контента и желание персонализации медиапродукта под потребителя. Таким образом можно оптимизировать контент для каждой платформы.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Вопсева, Д. В. Социокультурное моделирование: особенности функционирования системы СМИ / Д. В. Вопсева // Труды БГТУ. Серия 4: Принт- и медиатехнологии. – 2024. – №1 (279). – С. 27-36.
2. Женченко, М. Эволюция терминов «мультимедиа», «кросс-медиа», «трансмедиа» в развитии цифрового сторителлинга / М. Женченко // Studia. – 2016. – №4. – С. 113-120.
3. Ильченко, А. А. Перспективы развития медиакультуры в условиях цифровизации / А. А. Ильченко // Вестник науки. – 2024. – №4 (73). – С. 311-317.
4. Муха, А. В. Продвижение СМИ в социальных сетях / А. В. Муха// МедиаВектор. – 2024. – №11. – С. 47-51.
5. Фотиева, И. В. Взаимодействие СМИ и социальных сетей: формы, методы, социокультурная значимость / И. В. Фотиева, К. А. Кирилин, А. О. Брагина // МНКО. –2024. –№2 (105). – С. 424-426.

ANALYSIS OF THE RUSSIAN CROSS-MEDIA MEDIA MARKET (AFTER THE NEWS ABOUT THE YOUTUBE BAN)

Annotation. This paper analyzes the market of cross-media Russian mass media. The main features of the functioning of the mass media in the context of rapidly changing trends in the world and Russia are revealed. The main changes in the media market have been revealed after the news about the ban on YouTube and other media platforms.
Keywords: journalism, media market, mass media, cross-media, analysis.

Pavlenko E. N.
Scientific supervisor: Artamonova I. M., Doctor of Sciences in Social Communication, Associate Professor
Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education «DonSU»
E-mail: pavlenko1eldar@gmail.com

УДК 659.12

СПЕЦИФИКА СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ, ПОСВЯЩЕННОЙ ВОЕННОЙ СЛУЖБЕ ПО КОНТРАКТУ В РФ

Ромашова А.А.
Научный руководитель: Михальченко М.Н., канд. филол. наук, доцент
ФГБОУ ВО «ДонГУ»

Аннотация. В работе проведен тщательный анализ рекламной деятельности ВС РФ. Исследуется сущность, цели, задачи, особенности и организация рекламных кампаний, направленных на привлечение внимания молодежи к военной службе. В статье сравниваются различные подходы к рекламе, включая имиджевую и стимулирующую рекламу, и рассматриваются конкретные примеры, демонстрирующие их эффективность и влияние на аудиторию. Такой подход позволяет глубже понять механизмы воздействия рекламы на потенциальных кандидатов в Вооруженные силы и оценить ее вклад в формирование общественного мнения о военной службе.
Ключевые слова: социальная реклама, военная служба по контракту, маркетинг, имидж-реклама, стимулирующая реклама.

Актуальность. Актуальность темы обусловлена несколькими ключевыми факторами.

Первым фактором нам видится военно-политическая обстановка в мире и регионе. Так, современный международный контекст, характеризующийся усилением геополитической напряженности, требует от России укрепления обороноспособности, в том числе за счет привлечения в армию высококвалифицированных контрактников.

Второй фактор заключается в изменении общественного восприятия военной службы. Ведь социальная реклама играет ключевую роль в формировании позитивного имиджа военной службы по контракту, разрушая стереотипы и представляя службу как престижную и важную для каждого гражданина страны.

Цель. Анализ эффективности социальной рекламы в привлечении граждан к военной службе по контракту в РФ и определение ее специфики и ключевых механизмов воздействия на целевую аудиторию.

Основная часть исследования. Реклама в современном мире выступает не просто как инструмент продвижения товаров и услуг, но и как зеркало, отражающее культурные, социальные и экономические тенденции общества. Она охватывает широкий спектр интересов и потребностей, предлагая потребителям именно то, что они ищут. Такое многоаспектное влияние делает рекламу сложным социокультурным феноменом [3, с. 5].

В последнее время понятие «рекламная деятельность Вооруженных сил РФ» привлекает внимание исследователей, хотя и не имеет единой, четко определенной интерпретации. Это связано с тем, что данная тема находится на стыке нескольких научных дисциплин: экономики, социологии и психологии, и требует более глубокого изучения [2, с. 8].

С экономической точки зрения социальная реклама рассматривается как часть маркетинговой стратегии, направленной на увеличение продаж и получение прибыли. В контексте коммуникации она представляет собой способ неличного общения с аудиторией через различные платные каналы распространения информации. Однако, когда речь заходит о Вооруженных силах РФ, реклама приобретает иные оттенки, включая создание привлекательного имиджа военной службы и формирование уважительного образа военнослужащего. В отличие от традиционного восприятия рекламы как инструмента коммерческой деятельности, в контексте оборонной сферы она выступает как стратегический ресурс. Реклама в этой области не является просто

способом привлечения внимания к продукции или услугам, а служит важным каналом для донесения до широкой аудитории информации о достижениях, возможностях и перспективах отечественной оборонной промышленности и военной науки. Это позволяет не только формировать положительный образ России на международной арене, но и укреплять доверие к государственной политике внутри страны, подчеркивая приверженность идеалам демократии и стремление к миру и безопасности. Рекламная деятельность в этом ключе тесно связана с информационной политикой государства и направлена на поддержку и развитие внутренних и внешних связей, способствует реализации доктринальных идей и решений в области обороны и безопасности [3, с. 68-69].

Кроме того, социальная реклама оборонной продукции играет ключевую роль в поддержании и развитии экономических, научных и технологических отношений на мировом рынке, помогая оборонным предприятиям находить новые ресурсы для стабильной обороноспособности страны. Она также служит важным инструментом внешней политики, поскольку поставки вооружений за рубеж являются не только экономическим, но и стратегическим аспектом обеспечения национальной безопасности.

Основные задачи, стоящие перед рекламной деятельностью Вооруженных сил РФ, охватывают широкий спектр направлений. Во-первых, это информирование общественности о значении и роли военных сил в обеспечении безопасности страны и укреплении ее обороноспособности. Во-вторых, укрепление авторитета и создание положительного имиджа Вооруженных сил через военно-патриотическое воспитание и широкое использование информационных каналов. В-третьих, активное содействие в подготовке молодежи к службе, как по призыву, так и по контракту, а также в их ориентации на получение военного образования [4].

Кроме того, рекламная деятельность направлена на поддержку военного обучения в образовательных учреждениях и налаживание связей с армиями других государств. Важным аспектом является также привлечение специалистов для анализа и создания информационных материалов, касающихся развития и функционирования Вооруженных сил. Особое внимание уделяется распространению информации через средства массовой информации и координации информационно-рекламной работы внутри вооруженных сил.

Социальная реклама, посвященная военной службе по контракту, представляет собой специализированный вид коммуникационной деятельности, направленный на привлечение внимания к службе в армии на договорной основе. Этот вид рекламы создается и распространяется с целью достижения конкретных задач, установленных органами военного управления, и включает в себя как создание информационных материалов, так и их публикацию и распространение среди целевых групп населения [3, с. 82].

Основная задача такой рекламы заключается в формировании и развитии у граждан положительного отношения к военной службе по контракту, повышении привлекательности этого вида службы и создании благоприятного имиджа военнослужащих. Для достижения этих целей реклама стремится предоставить потенциальным кандидатам полную и достоверную информацию о характеристиках и преимуществах службы, а также о возможностях и льготах, которые она предоставляет.

Социальная реклама военной службы по контракту может быть разделена на два основных вида: имидж-реклама и стимулирующая реклама. Имидж-реклама направлена на создание и поддержание положительного образа Вооруженных сил и военной службы в целом, показывая их роль, цели и задачи в обществе. В пример имидж-рекламы нам хотелось бы привести рекламный ролик службы по контракту от Минобороны созданный в апреле 2023 года. В сюжете телерекламы показывают жизнь троих мужчин, которые вместо обычной работы выбирают армейскую службу. В итоге таксист,

охранник и тренер определяются со своей дальнейшей судьбой: они решают идти служить по контракту. Ролик завершается слоганом «Ты же мужик. Будь им».

Стимулирующая реклама, в свою очередь, фокусируется на мотивации молодежи к поступлению на службу, подчеркивая преимущества военной карьеры и предлагаемые условия службы [3, с. 49]. Примером стимулирующей рекламы являются агитационные листовки, на которых представлена информация о преимуществах военной службы по контракту, включая высокое денежное довольствие, единовременные выплаты, заработную плату, премиальные и суточные, а также широкий пакет социальных льгот и гарантий.

При этом, важно понимать, что это не просто реклама в традиционном понимании: это стратегическое взаимодействие, направленное на решение личных и общественных задач на долгосрочную перспективу. Для достижения этих целей рекламная деятельность в интересах Вооруженных сил РФ должна соответствовать ряду ключевых требований. Прежде всего, она должна отражать процесс реформирования и развития военной организации, подчеркивая ее роль в обществе. Основание на научных исследованиях и социологических данных обеспечивает рекламе военной службы по контракту глубину и обоснованность, делая ее не только убедительной, но и информативной.

Важно также, чтобы реклама строго соответствовала законодательству РФ, обеспечивая правовую основу для своих сообщений. Взаимодействие с государственными и региональными управлениями, а также с различными общественными организациями, позволяет рекламе военной службы по контракту достигать своей аудитории на максимально широком уровне, реализуя единую политику в этой сфере.

Системность, последовательность и выбор наиболее эффективных методов и каналов распространения являются ключевыми элементами успешной рекламной кампании. Постоянный мониторинг и анализ рекламного воздействия позволяют корректировать стратегию и тактику в соответствии с изменяющимися условиями и потребностями аудитории.

Однако существуют определенные трудности, к которым мы можем отнести отсутствие общенациональной программы по укреплению престижа армии и флота, недостаточное знание зарубежного опыта и нехватку специалистов в области военной рекламы. На наш взгляд, эти проблемы требуют комплексного подхода и разработки специализированных методик.

Организация рекламной деятельности включает в себя разработку и реализацию комплексных подходов на теоретико-методологическом, организационном, технологическом и методическом уровнях.

На теоретико-методологическом уровне ключевым аспектом является разработка целостной рекламной концепции. Эта концепция должна включать в себя создание привлекательного образа армии и флота, службы в вооруженных силах, а также формирование образа военнослужащего как лидера общественного мнения. Основная цель здесь – закрепление этих образов в сознании общества, что требует четкого определения целей, средств и методов рекламных мероприятий.

На организационном уровне важно решить ряд ключевых вопросов, касающихся координации усилий различных подразделений вооруженных сил, финансирования рекламных работ и научно-методического обеспечения. Это предполагает создание эффективной системы управления рекламной деятельностью, которая обеспечит успешное проведение рекламных кампаний.

Технологический уровень включает в себя создание системы отбора и подготовки специалистов, занимающихся рекламной деятельностью, а также их методическое обеспечение. Кроме того, акцент делается на привлечении к работе квалифицированных

военных и гражданских специалистов на конкурсной основе и активизацию выпуска рекламной продукции через различные медиаканалы, включая издательства, теле- и радиостудии.

Методический уровень направлен на обеспечение должностных лиц первичными знаниями в области военной рекламы и разработку методических материалов, которые будут способствовать повышению эффективности рекламной деятельности в вооруженных силах [2, с. 15].

Для успешного привлечения молодежи к службе по контракту в Вооруженных силах РФ ключевым аспектом является грамотная организация рекламной деятельности [1]. Эффективность такой работы может быть достигнута посредством нескольких направлений.

Во-первых, необходимо активно использовать накопленный опыт специалистов в области военно-профессиональной ориентации и профессионального отбора. Это включает в себя взаимодействие с воинскими частями, военными комиссариатами и военно-учебными учреждениями, где уже существует практика работы с молодежью.

Во-вторых, крайне важно привлечь к работе по набору контрактников наиболее квалифицированных специалистов, включая офицеров и прапорщиков, а также опытных военнослужащих, уже проходящих службу по контракту. Их опыт и профессионализм могут значительно повысить эффективность рекламных кампаний.

В-третьих, необходимо комплексно использовать все основные направления рекламы добровольной военной службы. Это означает интеграцию рекламно-издательской, рекламно-художественной и рекламно-информационной деятельности для создания максимально эффективной и привлекательной кампании [5].

Для достижения наилучших результатов, эти меры должны реализовываться параллельно и дополнять друг друга [5]. Ключевым моментом является методический подход, который предполагает выбор наиболее подходящих форм и методов рекламного воздействия, с учетом конкретной ситуации и целевой аудитории. Важно опираться на опыт как отечественных, так и зарубежных специалистов в области рекламы, чтобы выбрать наиболее эффективные стратегии и тактики.

Выводы. Реклама в контексте Вооруженных сил РФ становится ключевым инструментом не только для привлечения новых контрактников, но и для формирования общественного мнения и влияния на мировоззрение молодежи. Это подчеркивает ее значимость как составной части общей системы маркетинга и социально-экономического воздействия [5].

Применение адаптированных маркетинговых инструментов, в частности рекламной деятельности, видится как наиболее перспективное направление в решении задач по комплектованию Вооруженных сил РФ квалифицированными кадрами. Опыт зарубежных стран также подтверждает эффективность такого подхода.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Возняков А.А. Баннерная слепота: реклама службы по контракту заполонила Петербург. Режим доступа: https://www.dp.ru/a/2023/05/27/ bannernaja-slepota-reklam (дата обращения: 11.11.2024).
2. Кандалов В. И. Рекламная деятельность Вооруженных сил Российской Федерации и пути ее совершенствования : автореферат дис. ... кандидата экономических наук : 20.01.07 / Воен. ун-т. – Москва, 2013. – 25 с.
3. Ковалева А. В. Основы социальной рекламы : учебное пособие для вузов / А. В. Ковалева. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Юрайт, 2024. – 145 с.
4. Лучшая реклама армий со всего света. Как и зачем делают рекламу вооруженных сил. Режим доступа: https://www.sostav.ru/publication/23-fevralya-21143.html (дата обращения: 13.11.2024).
5. Темерина П.А., Виноградова Е.О. Кто делает армии рекламу. Режим доступа: https://www.vedomosti.ru/library/articles/2014/07/14/kto-delaet-armii-reklamu (дата обращения 16.11.2024).

THE SPECIFICS OF SOCIAL ADVERTISING DEDICATED TO MILITARY SERVICE UNDER CONTRACT IN THE RUSSIAN FEDERATION

Annotation. The work carried out a thorough analysis of the advertising activities of the Armed Forces of the Russian Federation. The essence, goals, objectives, features and organization of advertising campaigns aimed at attracting the attention of young people to military service are investigated. The article compares various approaches to advertising, including image-based and promotional advertising, and examines specific examples demonstrating their effectiveness and impact on the audience. This approach allows us to better understand the mechanisms of advertising's impact on potential candidates for the Armed Forces and assess its contribution to shaping public opinion about military service.
Keywords: social advertising, military service under contract, marketing, image advertising, stimulating advertising.

Romashova A.A.
Scientific adviser: Mikhalchenko M.N., Ph.D, associate professor Donetsk
State University
E-mail: asriaha123321@gmail.com

УДК 82.0

РОЛЬ ЭКФРАСИСА В «ПИСЬМАХ РУССКОГО ПУТЕШЕСТВЕННИКА» Н.М. КАРАМЗИНА

Сахарова О.Б.
Научный руководитель: Сенчина Л.Т., канд. фил. наук, доцент
ФГБОУ ВО «ДОНГУ»

Аннотация. В данной статье рассматривается роль экфрасиса в произведении Н.М. Карамзина «Письма русского путешественника». Определяются функция этой категории в таком жанре, как путешествие. Уточняется роль экфрасиса в плане разграничения понятий «путешествие» и «поездка».
Ключевые слова: экфрасис, путешествие, личность, скульптура, живопись.

В современном литературоведении различают такие понятия, как «путешествие» и «поездка». Мы можем описать поездку как перемещение в пространстве: из одной точки в другую. Иное дело, когда мы говорим о путешествии. Это не просто дорога, по которой человеку нужно пройти, это нечто большее, зажигающее в душе человека что-то потаенное, скрытое от глаз. Эта, казалось бы, небольшая деталь существенно меняет восприятие путешествия, делая его внутренним движением, превращаясь в нечто духовное.

Именно потому нам следует различать такие понятия, как «поездка» и «путешествие». Путешествие всегда проходит через сердце. Человек, совершающий поездку, ещё не является путешественником. Как отмечает И.Л. Беккер, истинное путешествие — это духовная деятельность по достижению чего-то нового [2, с. 6]. Это новое никогда не остается лишь информацией, которая забудется, стоит только человеку вернуться назад. Оно всегда влияет на человека, изменяя его. Помогает достигнуть гармонии в его душе, а также наладить взаимоотношения с окружающим его миром. Таким образом, давая понять, что человек часть всего сущего, которая не просто существует в пространстве, но также является важным элементом бытия. Человеку, совершающему путешествие, следует помнить, что это не только возможность увидеть новые места, но и шанс заглянуть внутрь себя, переосмыслить свои ценности и приоритеты, а также найти что-то новое в тайных уголках своей души. Оно может быть источником вдохновения, которое способно пробудить в человеке его творческие и жизненные силы. У такого человека может появиться желание исследовать не только внешний мир, но и собственные внутренние глубины. Поэтому можно говорить о том, что путешествие становится важным этапом на пути к самопознанию и самосовершенствованию души, позволяя нам лучше понять себя и свое место в этом мире.

Говоря о жанре путешествия, мы всегда обращаем внимание на то, что человек видит вокруг себя, что пропускает через себя. Обращая свое внимание на страницы данных произведений, можно увидеть плоды художественного промысла, которые помогают нам заглянуть в прошлое и открыть в своей душе тайное и непознанное. Именно поэтому, в данном жанре большую роль играет такой литературный прием, как экфрасис.

В последнее время появилось немало работ, в которых пытаются раскрыть тему экфрасиса в трудах различных жанров. Однако до сих пор остается проблемной роль экфрасиса в произведении Н.М. Карамзина «Письма русского путешественника». Цель нашей статьи определить роль экфрасиса в художественном произведении, в частности, произведении Н.М. Карамзина «Письма русского путешественника».

В связи с многозначностью термина экфрасис постораемся уточнить наше понимание этой категории. Как правило, под экфрасисом (выражать в деталях) — описание какого-либо предмета визуальных искусств (живописи, архитектуры, скульптуры) в художественном произведении [3]. Однако экфрасис не ограничивается лишь описанием визуальных объектов, он также может включать в себя размышления о значении этих объектов, их историческом контексте и влиянии на культуру. Такое положение делает

экфрасис мощным инструментом для создания текстов, которые могут быть интерпретированы по-разному в зависимости от контекста и восприятия читателя. Таким образом, экфрасис становится не только средством описания художественных произведений, но также и способом передачи культурных и исторических знаний, что особенно важно в контексте русской литературы, где традиции и наследие играют значительную роль в жизни человека и общества в целом.

Можно говорить о том, что экфрасис представляет собой важный аспект литературного творчества, который позволяет авторам не только передавать визуальные образы, но и передавать чувства, которые испытывает автор в момент лицезрения произведений искусства. В русской литературе экфрасис берет своё начало в древности, трансформируясь, остается ценным и актуальным приемом в литературе.

История экфрасиса в русской литературе берет свое начало с жанра паломничества (хожения). В текстах того времени, мы можем увидеть не только описание священных изображений, а также объектов и сооружений через которые держит свой путь странник. Мы видим, что акцент смещается. На смену географического описания мест приходят сакральные события, освещающие эти места. Здесь динамическая природа путевых заметок постепенно уступает место статичному описанию, превращаясь в классический экфрасис, который призван вызывать у читателя чувство благоговения и восхищения. Эта экфрастичность особенно очевидна в кульминационной части произведения, где автор описывает своё личное присутствие при схождении Благодатного огня. Этот эпизод, увенчивающий повествование, соединяет прошлое с настоящим, библейские события с образом рассказчика, подтверждая достоверность всего повествования посредством свидетельства подлинного чуда. В дальнейшем мы видим, что в светских путешествиях экфрасис превращается в эстетический феномен, который воссоздает эстетическое впечатление, опираясь на эмпирический опыт автора путешествия.

Целесообразно подчеркнуть, что Н.М. Карамзин жил в эпоху, когда Россия открывала свои двери для европейской культуры. Влияние европейских идей и художественных традиций на русскую литературу было значительным, что способствовало формированию нового литературного сознания. Путешествия как способ расширения кругозора и обогащения культурного опыта, играли важную роль в жизни и творчестве писателя. Он считал, что искусство должно украшать жизнь, улучшать нравственную природу человека.

Н.М. Карамзин использует экфрасис для создания ярких образов и стремится передать атмосферу путешествия. Конкретные примеры экфрасиса помогают читателю ощутить эмоции автора и понять его восприятие окружающего мира. Описание произведений искусства становится не только фоном, но и важной частью личных переживаний М.Н. Карамзина, раскрывающих его душу.

Опираясь на исследования Т.Е. Автухович, мы видим, что в «Письмах русского путешественника» объектом экфрастического описания являются, с одной стороны, произведения живописи, с другой стороны – произведения скульптуры, и эти описания существенно отличаются друг от друга. Лаконичность экфрасисов в большинстве случаев касается того, что можно назвать интерпретацией произведений живописи [1, с. 205].

Описывая картины, Н.М. Карамзин зачастую ограничивается указанием фамилии и имени художника, названием картины, а также кратким пересказом изображенного на ней сюжета. Это можно заметить в фрагменте текста произведения, связанного с посещением Дрезденской галереи, можно отметить простой перечень без детального описания: «Я рассматривал со вниманием Рафаэлеву Марию (которая держит на руках младенца и перед которою стоят на коленях св. Сикстус и Варвара); Корреджиеву «Ночь», о которой столько писано и говорено было и в которой наиболее удивляются смеси света с тьмою…» [4].

Но есть и исключение: «Кающаяся Магдалина» Лебрена. Эта картина вызывает у автора глубокий эмоциональный отклик, который переходит в лирическое описание. Это не просто восприятие картины, а полное погружение в чувства героини, сочетающееся

с детальным анализом ее образа, доходящего до желания обладать произведением: «Всё прелестно в Магдалине: лицо, стан, руки, растрёпанные волосы, служащие покровом для лилейной груди; всего же прелестнее глаза, от слёз покрасневшие... Я видел много славных произведений живописи, хвалил, удивлялся искусству, но эту картину желал бы иметь, был бы счастливее с нею, одним словом, люблю её!» [4].

Такие чувства к данной картине можно трактовать по-разному. Мы же подойдем к ним со стороны русского человека, каким и является М.Н. Карамзин. Не стоит забывать, что автор особенно трепетно относится к православию, считал его значимой ценностью российского государства. Смотря на образ Магдалины глазами М.Н. Карамзина, читатель пропускает сквозь себя это чувство святости, божественности, которая несет эта картина. Покаяние, через которое проходит каждый человек, стремление к всевышнему, любовь к нему и благоговейный трепет пред ним. Не зря автор упоминает её покрасневшие от слез глаза, которые принято считать «зеркалом души». И это чувство, живущее внутри русского человека, М.Н. Карамзин не может обойти стороной.

Удивительно, но именно скульптуры удостаиваются большего внимания со стороны М.Н. Карамзина. Казалось бы, картины с их мягкими переходами и плавными линиями должны были вызвать теплые чувства у писателя, однако, именно скульптуры - искусство холодное, куда больше затрагивают душевные струны автора.

И там, и там творец вкладывает душу. Но вот только в картинах существует двухмерное пространство, которое проще создать, наделив различными деталями. Со скульптурой же сложнее работать технически, человек должен буквально вдохнуть жизнь в камень, сделать его не просто трехмерным объектом, а живым существом. В руках мастера скульптура становится воплощением некогда живших людей, выдуманных, либо мифических существ, богов, наделенных душой. И Н.М. Карамзин видит перед собой уже не просто каменные глыбы, а людей, которые чувствуют, живут здесь и сейчас, при этом существуя не один век, сохраняя отголоски своего времени. Они становятся наследием эпохи: «Четыре мраморные колонны с осмью пилястрами окружают вход с обеих сторон галереи; между пилястрами, на мраморных подножиях, стоят древние статуи…».

Н.М. Карамзин был человеком, который любил историю, увидел её в каждой детали. Скульптуры давали ему возможность глубже понять историю, прикоснуться к ней. Они объемные, массивные, их величина позволяет возвышаться над человеком. Именно в такие моменты и чувствуется мощь, которой наделены сооружения и статуи.

Писатель прекрасно чувствует эти моменты и передает свои ощущения читателю, показывая величие, которым обладают окружающие его скульптуры. Это чувство мощи и восхищения, граничащее по своей силе со страхом пред ними. Дающее понять, что человек лишь песчинка в мироздании, маленькая и неприметная. Это чувство можно сравнить с благоговейным трепетом, о котором мы упоминали при рассмотрении «Кающейся Магдалины».

Кроме того, описывая статуи, посвященные историческим деятелям, мы также видим, что Н.М. Карамзин смотрит на них, как на людей, давно ушедших, но всё же оставивших свой след в истории, людей, с которыми очень хочется познакомиться и задать интересующие вопросы. Но миг, когда можно было бы задать вопрос, давно упущен, как говорит Н.М. Карамзин: «Поздно, поздно приехал я в Швейцарию: умолк голос нежного певца ее!» [4]. И это вызывает сожаление у читателя, это момент, когда человеку хочется родиться чуть раньше, чтобы быть частью той истории, узреть её воочию.

Н.М. Карамзин подчеркивает «честность» статуй: они не воздвигаются случайным людям. Статуя всегда делается с душой, она показывает нам человека со всеми его недостатками и особенностями, изображает истинный характер человека в деталях. Не зря статуя короля Филиппа Валуа изображена в движении, автор пишет о её грубости, но при этом упоминает о неуважении, проявленном этим человеком по отношению к святыни. Писатель обращает внимание и на то, где должна стоять статуи. Дикий камень он считает

лучшим местом для статуи Петра Великого, который способен показать истинное величие изображенного человека. Автор замечает, что размер статуи не всегда соответствует поступкам человека.

Можно увидеть ликование, которое испытывает автор, когда смотрит на надписи на монументах, о них он говорит: «…приятно, восхитительно для всякого чувствительного сердца видеть такие надписи и знать, что не лесть, а истина начертала их» [4]. Видя эти слова, читатель тоже может проникнуться чувством, которое можно обозначить как любовь к ближнему своему. Любовь можно считать отличительной чертой скульптур, что является специфической особенностью искусства в целом. Только человек способный любить, может заниматься такой скрупулезной и тяжелой работой, как создание чего-то «живого» из камня. Не зря Н.М, Карамзин так живо отзывается об этих произведениях искусства, всматриваясь в каждую деталь, что несет в себе сокровенный смысл, заставляя задуматься человека о жизни в целом, и о том, что хотел бы он привнести в этот мир.

Таким образом, мы видим, что экфрасис у Н.М. Карамзина в «Письма русского путешественника» играет важную роль в тексте, связывает между собой прошлое и настоящее, автора и читателя. Дает почувствовать величие созданных когда-то рукой человека произведений искусства. Роль экфрасиса в «Письмах русского путешественника» способствует появлению новых смыслов, связанных с формированием личности, обладающей особым опытом, дающим возможность вступать с читателем в диалог.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Автухович Т.Е. Экфрасис в «Письмах русского путешественника» Н. М. Карамзина как «движущаяся эстетика» // Карамзинский сборник 2022. Николай Михайлович Карамзин: времён связующая нить. Из века XVIII в век XXI: сборник материалов Всероссийского Круглого стола (Ульяновск, 12 декабря 2022 г.) / Дворец книги – Ульяновская областная научная библиотека им. В.И. Ленина, Ульяновский государственный педагогический университет им. И. Н. Ульянова; отв. ред. О.Н. Даранова. – Ульяновск: ОГБУК «Дворец книги», 2023. – 300 с.
2. Беккер И.Л. Путешествие как способ социального бытия и становления личности / И.Л. Сафонов - Известия ПГПУ. 2006. №2. С. 6-7.
3. Журбина А.В. Большая российская энциклопедия 2004–2017. [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: https://old.bigenc.ru/literature/text/4928123 (Дата обращения: 10.01.2025)
4. Карамзин Н.М. Письма русского путешественника/ Н. М. Карамзин – [Электронный ресурс] https://rvb.ru/18vek/karamzin/2hudlit/01text/vol1/01prp/01.htm (дата обращения 15.01.2025)

ECPHRASIS IN "THE LETTERS OF A RUSSIAN TRAVELER" BY N.M. KARAMZIN

Annotation. This paper examines the problem of ecphrasis in N.M. Karamzin's work "Letters of a Russian Traveler".
Keywords: ecphrasis, travel, personality, sculpture, painting.

Sakharova O.B.
Scientific adviser: L. T. Senchina candidate of Philology, associate Professor of the Department of history of Russian literature and theory of literature
Donetsk State University
E-mail: blackcat0777@mail.ru

УДК 82-31:82-311.6«18»

ЖАНРОВЫЕ РАЗНОВИДНОСТИ ПОВЕСТИ В ТВОРЧЕСТВЕ Н.М. КАРАМЗИНА

Ткаченко Д.С.
Научный руководитель: Сенчина Л.Т. канд.филол.наук, доцент
ФГБОУ ВО «ДонГУ»

Аннотация. В данной работе рассматривается понятие жанровой разновидности как историко–теоретического явления в литературе на примере чувствительной повести Н. М. Карамзина «Бедная Лиза». Выявлены основные черты чувствительной повести.
Ключевые слова: жанр, повесть, жанровая разновидность, чувствительная повесть.

Проблема жанра – проблема вечная, неизменно сохраняющая свою актуальность.

В последнее время появилось немало серьезных исследований, в которых детально рассматривается категория жанра. Активно изучается теория и история жанров, эволюция конкретных типов произведения, историческое развитие самой категории жанра на разных этапах становления искусства. Отмечая изученность теории жанра, подчеркнем, однако, что есть проблемы, которые требуют дальнейшего уточнения и прояснения. К числу таких еще нерешенных вопросов следует отнести проблему жанровых разновидностей.

Цель работы – выявить основные типологические черты такой жанровой разновидности, как чувствительная повесть.

В качестве **объекта исследования** изучается повесть Н.М. Карамзина «Бедная Лиза» с точки зрения формирования одной из жанровых разновидностей – чувствительная.

Современная теория вызывает необходимость рассматривать в общих характеристиках жанра повести те типологические черты и внутренние противоречия, которые служат источником развития и создают основу для возникновения жанровых разновидностей, способствует формированию специфического художественного сознания эпохи. Выбор повести Н.М. Карамзина «Бедная Лиза» не был случайным, он обусловлен несколькими причинами. Прежде всего отсутствуют исследования, связанные с рассмотрением повести «Бедная Лиза» как «подосновы» для последующего развития этого жанра в русской литературе XIX века. Не изучен вопрос о жанровых разновидностях повести в творчестве Н.М. Карамзина.

Обращение к таким проблемам и обусловило **новизну** нашего исследования.

В творчестве Н.М. Карамзина можно выделить две жанровые разновидности повести: 1) чувствительная и 2) историческая повесть. Образцом чувствительной повести Н.М. Карамзина является «Бедная Лиза», исторической – повести «Наталья, боярская дочь» и «Марфа-Посадница, или Покорение Новагорода».

Как правило, жанр имеет способность получать различную интерпретацию под влиянием авторского новаторства или культурного движения. Вследствие этого жанр постепенно трансформируется и как результат этих изменений – возникновение жанровых разновидностей и модификаций. В современной теории литературы вопрос о жанровых разновидностях и модификациях – вопрос спорный. По нашему мнению, необходимо разграничивать термины – «жанровая разновидность» и «модификация». Как пишет исследовательница Н.Ф. Копыстянская, «модификация – результат эволюционного развития жанра, разновидность – результат скачка, который дает основание говорить об образовании нового ответвления». Модификациям могут быть подвержены не только жанры, но и жанровые разновидности. Таким образом,

выстраивается следующая градация: «литературный род – жанр – жанровая разновидность – модификация» [1, с. 40].

«Бедная Лиза» Н.М. Карамзина во многом отражает поиски русских писателей переходного периода в литературе конца XVIII века. Повесть произвела достаточно сильное впечатление на читателей, что в свою очередь стало причиной возникновения аналогичных произведений, авторы которых писали об историях «бедных» героинь, повторяя за Н.М. Карамзиным. Данная повесть во многом способствовала дальнейшему развитию эпических жанров.

Н.М. Карамзин впервые в истории русской литературы поставил в центр произведения личность, раскрыл многогранную душу человека со всеми ее чувствами и переживаниями. Прежде всего для чувствительной разновидности повести «Бедная Лиза» характерна особая чувствительность, особый эмоциональный настрой, интерес к «тайным движениям души». Эти характерные особенности повести «Бедная Лиза» существенно отличают данное произведение от других художественных текстов Н.М. Карамзина.

Целесообразно подчеркнуть, что в такой жанровой разновидности, как чувствительная повесть усиливается интерес не только к чувствам и переживаниям отдельной личности, но и к общей жизни как объективной основе единения человека и природы.

Такое широкое понимание чувствительности связано с тем, что в творчестве Н.М. Карамзина в целом и в повести «Бедная Лиза» в частности изменяется способ изображения человека. Автор снял одновекторность в создании образов героев. Как известно, для литературы предшествующей эпохи характерна крайность в выборе между разумом и чувством: либо холодный рассудок, либо пылкое сердце. Н.М. Карамзин показывает «живого» человека, а не схематически изображенного персонажа. Эраст – герой одновременно добрый и ветреный по своей сути. Он все же придает Лизу – деньги и комфортная жизнь берут верх над чувствами, что и приводит к трагическому финалу. После смерти Лизы Эраст до конца своих дней был несчастлив, ощущая угрызения совести. Также сложен и неоднозначен характер Лизы. Автор проникает во внутренний мир героев, пытаясь найти глубинные причины их поведения и понять, почему каждый из них совершает тот или иной выбор. Н.М. Карамзин не просто указывает на чувство, которое испытывают герои, но и обращает внимание на их мимику, жесты, движания и т. п. Все это дает, бесспорно, возможность лучше осознать сущность героев произведения, понять их поступки.

Н.М. Карамзин вводит в повесть два конфликта: 1) богатый – бедный; 2) человек «цивилизации» – человек «естественный». Лиза и Эраст противопоставляются друг другу по этим же признакам: Лиза – крестьянка, близка к природе, она «естественный человек», а Эраст – «человек цивилизации», который в своем *воображении* стремится к жизни на лоне природы.

Описание жизни героини до знакомства с Эрастом во многом напоминает идиллический мир, в котором и живет Лиза и к которому и захотел приобщиться молодой человек. Увлечение Эраста Лизой возникает вследствие его склонности к идеализации пастушеской жизни. Герой увлекался чтением идиллий и романов, воображал бесконечное счастье, гармонию и умиротворение, которые он может найти, находясь рядом с Лизой, воображаемой пастушкой. Эраст оказывается на распутье в выборе между «пастушеской» любовью и реальной жизнью. В то же время и Лиза переживает внутреннюю борьбу. Она нарушает норму поведения из-за любви. Лиза необразованна, не умеет читать, и данный факт она глубоко переживает. Все это выстраивает между героями, непреодолимую преграду, в очередной раз указывая на то, что они разные люди, получили разное образование, занимают разное социальное положение в обществе. Таким образом, Н.М. Карамзин в повести разрабатывает два

конфликта: социальный и внутренний, причем, если социальный конфликт еще можно как-то разрешить, то внутренний конфликт остается непреодолимым, что становится причиной трагедии.

Многие исследователи акцентируют внимание на специфике выбора Н.М. Карамзиным имен героев. Писатель отходит от классицистической традиции «говорящих» имен, главной целью которых был дидактизм. Для чувствительной повести, в отличие от исторической, характерен подбор имени с особой эмоциональной значимостью: имя героя должно характеризовать его характер, его душу и внутренний мир, в то время как для исторической повести выбор имени персонажей не составлял особого труда – Н.М. Карамзин вводил в произведения реальных исторических лиц с их реальными именами. Исследователь В.Н. Топоров справедливо настаивает на том, что «...в культурной традиции Элоиза, как Элиза, переводилась в русский код, как Лиза» [2, с. 397]. Закономерно, что имя собственное Лиза воспринималось как русское, а героиня – русская девушка с определенными чертами характера. Имя Эраст – «...имя главного героя отчетливо нерусское», – замечает В.Н. Топоров [2, с. 137]. Следовательно, Н.М. Карамзин всячески подчеркивает различия героев повести; они противопоставлены друг другу – это люди разного типа культур. Между Лизой и Эрастом огромная пропасть, которая не дает героям возможности быть счастливыми. Следует также подчеркнуть, что имя Эраст означает, прежде всего, *любящий*. Вспомним в этой связи трактовку этого имени в словарях. Так, в «Словаре русских личных имен» Н.А. Петровского мы находим следующее пояснение: «**Эраст**, -а, м. и реже Ераст, -а. Отч.: Эрастович, Эрастовна; разг. Эрастыч. Производные: Эрастка; Эра Эрастка; Ера; Ераха. [Греч. erastos — прелестный, милый.]» [3, с.384]. Однако, исходя из текста «Бедной Лизы», Эраст не способен на глубокое чувство, он лишен воли, свои действия осуществляет по книжным образцам. Герой, по нашему мнению, совершает нравственное преступление.

Характерная особенность такой жанровой разновидности, как чувствительная повесть, связана с изображением реальной действительности. Автор называет точные локации: «Симонов монастырь», «Москва», «берег Москвы-реки», «пруд» [4, с. 7]. Описания мест, на фоне которых разворачиваются события повести, были сделаны довольно тонко и точно. Читатели настолько прониклись историей о бедной крестьянке, что стали осознавать художественный текст как реальную действительность. Люди стали называть водоем у Симонова монастыря не как иначе, как «Лизин пруд», хотя в действительности история была вымышленной.

Следует отметить весьма сложную манеру повествования в чувствительной разновидности повести «Бедная Лиза». В чувствительной повести «Бедная Лиза» есть рассказчик, который близок автору, затем в повести появляется повествователь, но авторский диктат не исчезает: везде и всегда говорит автор. Важно обратить внимание на то, что слова автора присутствуют даже в непосредственно прямой речи героев. Лиза и ее мать – крестьянки, но при этом их речь вовсе не похожа на деревенскую, напротив, она выстроена в соответствии с общепринятыми в то время литературными нормами. Речь Лизы, старушки-матери и Эраста построена в одной стилистической манере, все они «говорят» одними устами – устами самого автора. Кроме того в тексте нарушена эпическая доминанта. Мы видим преобладание эмоциональной составляющей над событийным планом. В тексте важны не столько события, сколько «чувственный» план – это и является жанрообразующим фактором в такой разновидности повести, как «Бедная Лиза». Подобного рода повествование принято называть авторитарным.

В данном произведении в целом используется повествование от третьего лица, хотя вступление к повести написано от первого лица. В нем автор тщательно описывает обстановку в районе Симонова монастыря, рядом с которым проживает главная героиня. Рассказчик остается вне событий рассказа и структурирует повествование, предлагая читателю свою интерпретацию событий. Лишь ближе к концу повести он раскрывает,

что эту историю передал ему Эраст – один из действующих лиц произведения. Важно отметить, что нарратив повести предполагает наличие адресата, что подтверждается в ряде случаев наличием средств для установления с ним контакта (многочисленные риторические вопросы, восклицания, обращения к читателю, обращения к героям). В результате применения к повести Н.М. Карамзина коммуникативного подхода ее начали рассматривать эквивалентом речевого акта [5, с. 102].

Интересно отметить, что Н.М. Карамзин практически не прибегает к несобственно-прямой речи для передачи мыслей и чувств своих персонажей, что являлось характерным для художественных текстов того времени . Это можно объяснить тем, что автор в такой разновидности повести, как чувствительная, он предпочитает не смешивать свою нарративную линию с внутренними переживаниями героев, фокусируясь при этом на их личной психологической перспективе.

Речь в повести подкрепляется невербальной информацией, что позволяет писателю создать более правдивые и достоверные образы. Н.М. Карамзин вводит в эпический текст лирическую доминанту: акцент в произведении делается именно на чувствах и эмоциях Лизы и Эраста, что позволяет нам относить «Бедную Лизу» к разновидности чувствительной повести.

Таким образом, повесть Н. М. Карамзина «Бедная Лиза» можно отнести к такой жанровой разновидности, как чувствительная. При изображении героев произведения автор отказывается от одновекторности: либо «разумный», либо «чувствительный». Это дает возможность Н. М. Карамзину создать «живые» характеры, что способствовало в определенной степени соотнесенности событий в художественном произведении с реальной действительностью.

Отказываясь от одновекторности изображения героев повести, Н. М. Карамзин явно делает акцент на описании переживаний, чувств, страданий каждого из действующих лиц произведения. Высокая степень эмоциональности в такой чувствительной разновидности повети приводила к тому, что «русские барышни лили слезы» на протяжении многих лет.

Закономерно подчеркнуть, что при всей «чувствительности», «лиричности» повести в ней решается ряд важных философских проблем. Прежде всего вопрос о типах культур и о необходимости их сближения и снятия социальных противоречий в русском обществе.

В такой жанровой разновидности, как чувствительная четко поставлен вопрос о существовании и роли идиллического начала в жизни человека. В повести «Бедна Лиза» Н. М. Карамзина утверждается, что «время золотого века безвозвратно ушло».

Необходимо осознать новаторский характер повествования в такой разновидности повести, как чувствительная, что и способствовало, на наш взгляд, развитию русской прозы в последние десятилетия XVIII века.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Копыстянская Н. Ф. К вопросу о функциональности понятий «жанр», «жанровая система» / Н. Ф. Копыстянская – URL: https://digilib.phil.muni.cz/cs/handle/11222.digilib/132242 (дата обращения: 20.03. 2023).
2. Топоров В. Н. «Бедная Лиза» Карамзина: опыт прочтения: К 200-летию со дня выхода в свет / В. Н. Топоров; [Ин-т высш. гуманит. исслед. РГГУ]. – М.: Рос. гос. гуманит. ун-т, 1995. – 509 с.
3. Петровский Н. А. Словарь русских личных имен. – втор изд. – М.: Русс., яз., 1980. – 384 с.
4. Карамзин Н. Бедная Лиза : повести, стихотворения, статьи / Н. Карамзин. – Санкт–Петербург : Азбука, Азбука–Аттикус, 2023. – 416 с.
5. Кунавин Б. В. Структура повествования в повести Н. М. Карамзин «Бедная Лиза» / Б. В. Кунавин. – file:///C:/Users/User/Downloads/struktura–povestvovaniya–v–povesti–n–m–karamzina–bednaya–liza.pdf (дата обращения: 19.11.2024).

GENRE VARIETIES OF THE STORY IN THE WORK OF N.M. KARAMZIN

Annotation. In this paper, the concept of genre variety as a historical and theoretical phenomenon in literature is considered on the example of the novel genre in the work of N. M. Karamzin. The main features of the sensitive story are revealed, and the moments of interpenetration of the features of the historical and sentimental story are indicated.
Keywords: genre, novel, genre variety, sensitive story.

Tkachenko D.S.
Scientific adviser: Senchina L.T., c. ph. s., associate professor
Donetsk State University
E-mail: dasha_tkachenko_20@mail.ru

УДК 070: 77.03

СИМВОЛИЗМ И МЕТАФОРА В СОВРЕМЕННОЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ФОТОЖУРНАЛИСТИКЕ НА ПРИМЕРЕ РАБОТ ДЕНИСА ГРИГОРЮКА

Троценко Е.И.
Научный руководитель: Чайка О.С., старший преподаватель
ФГБОУ ВО «ДОНГУ»

Аннотация: В статье рассматривается роль фотожурналистики в современном медиапространстве, её документальная и нарративная функции, а также влияние технологического прогресса и изменений в медиапотреблении на её развитие. Особое внимание уделяется символизму и метафоре как ключевым инструментам визуального повествования, позволяющим передавать глубокие смыслы и эмоциональные аспекты событий. Исследуется использование символических образов в различных исторических и социальных контекстах, включая военную фотожурналистику, где они играют важную роль в передаче трагедии, утраты и героизма. Рассматриваются примеры работ фотожурналиста Дениса Григорюка, чьи работы о спецоперации на Донбассе демонстрируют сочетание документальной точности и художественного осмысления через использование символизма и метафоры.
Ключевые слова: фотожурналистика, символизм, военная фотожурналистика, визуальный нарратив, эмоциональное воздействие.

Фотожурналистика — это профессиональная деятельность, направленная на фиксацию ключевых моментов жизни людей, событий, объектов и явлений реальности. Она использует как аналоговые, так и цифровые технологии для создания визуальных образов, которые затем публикуются в печатных и электронных СМИ или распространяются другими доступными способами [1].

В. Березин рассматривает фотожурналистику как «запечатление сущностных моментов в жизни людей, а также событий, объектов и явлений реальности, как динамичных, так и статичных, посредством аналоговой и цифровой фотографии и последующей публикации в печатных и электронных СМИ» [2, с. 13]. Данное определение подчёркивает двойственную природу фотожурналистики: с одной стороны, она выполняет документальную функцию, а с другой – способствует формированию визуального нарратива, обладающего эмоциональной и концептуальной глубиной.

Современная фотожурналистика формируется под влиянием технологического прогресса, изменений в медиапотреблении и эволюции роли журналистики в обществе. Среди её ключевых особенностей можно выделить: акцент на визуальном повествовании; использование инновационных форматов и цифровых технологий; оперативность создания и публикации материалов; внимание к этическим вопросам, включая проблему манипуляции изображениями.

Развитие гражданской журналистики и технологий искусственного интеллекта также оказывает значительное влияние на отрасль. Кроме того, фотожурналисты всё чаще используют символизм и метафору для усиления эмоционального воздействия на аудиторию.

Символизм играет важную роль в создании визуальных нарративов. Символизм в фотожурналистике — это использование в изображениях визуальных элементов, обладающих дополнительными культурными, историческими или эмоциональными значениями, для передачи глубоких идей и усиления эмоционального воздействия. Например, одинокая фигура на фоне разрушенного здания может символизировать утрату, а пустая детская площадка в городе, покрытом смогом, — экологические проблемы.

Символы в фотожурналистике часто основаны на культурных или исторических ассоциациях. Например, голубь традиционно ассоциируется с миром, а восходящее солнце — с надеждой. Однако символизм не всегда очевиден. Иногда одна деталь в кадре

становится ключом к пониманию всей идеи. Такие фотографии требуют от зрителя вдумчивого анализа и умения интерпретировать визуальные коды.

В военной фотожурналистике символы часто передают не только физическую реальность, но и абстрактные понятия, такие как утрата, скорбь и травма. Например, фотографии разрушенных городов или портреты ветеранов могут вызывать глубокие эмоции, связанные с человеческими страданиями.

Символы в фотожурналистике часто работают в сочетании с историческим, социальным или политическим контекстом, усиливая эмоциональное и смысловое воздействие на аудиторию. Примером может служить знаменитая фотография «Последний еврей Винницы», сделанная немецким солдатом во время Второй мировой войны. Данный снимок не только документирует конкретное событие, но и становится символом жестокости, человеческих страданий и трагедии холокоста. Такие кадры выходят за рамки простой фиксации реальности, превращаясь в визуальные метафоры, которые передают более широкие концепции — зло, утрату, несправедливость.

Использование символов в фотожурналистике часто связано с этическими дилеммами. С одной стороны, они помогают передать глубину и масштаб трагедии, с другой — могут отдалить зрителя от фактографической точности. Например, чрезмерное увлечение символизмом может привести к упрощению или смещению акцентов в историческом нарративе. Это особенно важно в контексте таких тем, как войны, геноцид или социальные кризисы, где каждая деталь имеет значение.

Технические аспекты фотографии — ракурс, свет, композиция и выбор объекта фокусировки — играют ключевую роль в создании символического значения. Они добавляют кадру художественную выразительность, делая его не просто документальным свидетельством, но и произведением визуального искусства. Например, низкий ракурс может подчеркнуть монументальность объекта, а контраст света и тени — усилить драматизм сцены.

Символическая герменевтика рассматривает символы как ключевые элементы для формирования смысла в фотографии. Этот подход подчёркивает, что, несмотря на связь с реальностью, фотографии остаются открытыми для интерпретации. Их восприятие зависит от культурного, исторического и индивидуального контекста зрителя. Например, образ берёзовой рощи может вызывать у российской аудитории ассоциации с национальной идентичностью и природной красотой, в то время как для иностранного зрителя он может остаться просто пейзажем. Однако чрезмерное использование символики в фотожурналистике может быть подвергнуто критике. Некоторые исследователи отмечают, что излишняя метафоричность способна отвлечь от сути события и снизить его документальную ценность. Это особенно актуально в эпоху цифровых технологий, когда визуальные манипуляции становятся всё более доступными.

В российской фотожурналистике символизм служит важным инструментом для передачи сложных идей, связанных с национальной идентичностью, исторической памятью и гуманистическими ценностями. Фотожурналисты активно используют визуальные символы, которые выходят за рамки буквального содержания кадра. Например, образы православных храмов, берёзовых рощ или мемориалов Великой Отечественной войны становятся не просто элементами композиции, но и мощными символами, вызывающими ассоциации с духовностью, природной красотой и героическим прошлым.

Историческая память и патриотизм часто передаются через снимки монументов, портреты ветеранов и кадры Парада Победы. Эти образы не только документируют события, но и транслируют идеи уважения к прошлому, жертвенности и единства. Например, фотографии родственников ветеранов с портретами погибших во время шествия «Бессмертного полка» становятся символами связи поколений и памяти о

подвиге. Например, снимок Владимира Владимировича Путина во главе колоны бессмертного полка в окружении большого количества людей (Москва, 2016 год).

Социальные проблемы, такие как бедность, миграция или экологические кризисы, также находят отражение в символических образах. Разрушенные дома, загрязнённые реки или лица людей, переживающих трудности, становятся визуальными метафорами, которые привлекают внимание к актуальным проблемам. В то же время фотографии, посвящённые технологическому прогрессу и урбанизации, символизируют динамику развития и надежду на будущее. Например, кадры с «Игр будущего» в Казани, где модель в футуристичном костюме представляет приз на фоне ярких неоновых экранов и цифровых декораций, создает образ мира, в котором киберспорт, технологии и реальность сливаются воедино.

Помимо символизма, важным инструментом визуальной коммуникации в фотожурналистике является метафора. Она представляет собой визуальный приём, при котором изображение или его отдельные элементы используются для передачи абстрактных идей, концепций или эмоций посредством ассоциативного ряда. В отличие от прямого документального отображения действительности, метафора позволяет фотожурналисту выйти за пределы буквальной фиксации событий, придавая снимку дополнительный смысловой уровень и стимулируя у зрителя процессы интерпретации и рефлексии. Основная функция метафоры заключается в установлении связи между конкретным визуальным образом и более широкой концепцией или идеей. Это способствует тому, что изображение воспринимается не только как документальное свидетельство, но и как символическое высказывание, обладающее многогранным смысловым потенциалом. Метафора добавляет визуальному нарративу эмоциональную и концептуальную глубину, усиливая его воздействие на аудиторию.

Исторически метафора использовалась в фотожурналистике как способ выражения идей, которые было затруднительно или опасно передавать напрямую. В условиях цензуры или политических ограничений метафорические образы становились инструментом для скрытого комментирования социальных и политических проблем. В современном контексте метафора приобретает особую значимость в условиях глобализации, когда визуальные образы должны быть понятны аудитории с различным культурным бэкграундом. Это делает метафору универсальным языком, способным преодолевать культурные барьеры и доносить сложные идеи до широкой аудитории.

В ранней фотожурналистике метафоры активно использовались для акцентирования внимания на социальных проблемах, что особенно ярко проявилось в освещении трагических событий, таких как голод в Поволжье (1921—1922), последствия Великой Отечественной войны и Чернобыльская катастрофа (1986). Например, фотографии опустевших деревень или разрушенных городов становились метафорами утраты и разрушения, передавая не только факты, но и эмоциональное восприятие происходящего. Такие образы формировали общественное мнение и привлекали внимание к гуманитарным кризисам, подчеркивая необходимость солидарности и помощи.

С течением времени метафоры в фотожурналистике продолжали играть важную роль в передаче эмоциональных и психологических аспектов различных событий. Фотожурналисты активно используют метафоры для выражения травматического опыта, отображения катастроф и военных конфликтов. Например, изображение детской игрушки среди руин или одинокой фигуры на фоне разрушенного здания становится метафорой утраты и человеческих страданий. Такие образы позволяют аудитории глубже проникнуться переживаниями участников событий, воссоздавая внутреннюю динамику происходящего.

В современной фотожурналистике метафоры выполняют не только эмоциональную, но и социополитическую функцию, выступая в качестве инструмента

для комментирования актуальных общественных процессов. В частности, в российской журналистике метафоры используются для отражения общественных настроений и политических реакций. Например, фотографии, запечатлевшие массовые протесты или экологические акции, часто содержат метафорические элементы, которые подчеркивают единство или сопротивление. Такие образы демонстрируют, как визуальный язык может влиять на массовое сознание, формируя мнение граждан и влияя на ход дискуссий вокруг значимых событий и явлений. В данном контексте метафоры становятся своеобразными индикаторами общественного восприятия, способными формировать мнение граждан и влиять на ход дискуссий вокруг значимых событий и явлений [3]. Метафоры в российской фотожурналистике служат важным инструментом для передачи сложных социальных, политических и культурных аспектов жизни общества. В разные исторические периоды они отражали ключевые идеи и ценности, формируя общественное сознание и визуальный язык эпохи.

В советское время метафоры активно использовались для создания образов, подчёркивающих коллективный труд и достижения социализма. Фотографии рабочих, шахтёров или колхозников, часто изображаемые на фоне крупных строек или промышленных объектов, символизировали «строителей будущего». Эти образы не только фиксировали реальность, но и транслировали идеи прогресса, единства и преданности общему делу. Например, кадры с масштабных строек, таких как БАМ или ДнепроГЭС, становились визуальными метафорами могущества советского государства и его устремлённости в будущее.

В 1990-е годы, в эпоху социальных и экономических потрясений, метафоры в фотожурналистике отражали как трудности переходного периода, так и надежды на обновление. Разрушенные здания, пустующие заводы и заброшенные деревни становились символами упадка и потерь. В то же время снимки новых предприятий, предпринимателей или молодёжных движений передавали дух перемен и стремление к новой жизни. Например, фотографии первых частных магазинов или рынков символизировали зарождение рыночной экономики и новые возможности.

В современной российской фотожурналистике метафоры активно применяются для освещения достижений в различных сферах, включая экологию, медицину и волонтёрство. Они подчёркивают единство и устойчивость общества перед лицом глобальных вызовов. Например, фотографии врачей в «красных зонах» во время пандемии COVID-19 стали символами героизма и сплочённости. Снимки чистых заповедников или волонтёров, восстанавливающих леса, передают заботу о будущем и ответственность перед природой.

Метафоры также используются для укрепления патриотических настроений и поддержки государственной политики. Фотографии военных парадов, космических запусков или крупных инфраструктурных проектов символизируют мощь и прогресс страны. В то же время снимки, посвящённые культурному наследию, народным традициям или межнациональному согласию, подчёркивают многообразие и единство российского общества.

Одним из российских фотожурналистов, работающих в зоне специальной военной операции на Донбассе, является Денис Григорюк. Его работы представляют собой не просто репортажную фиксацию событий, но и глубокий анализ происходящего через призму символизма и метафоры. Символизм в фотографиях Григорюка проявляется через использование знаковых элементов, вызывающих устойчивые ассоциации у зрителя. Портреты мирных жителей служат важным элементом символической передачи смысла. Одним из известных снимков Григорюка является фотография девочки Даши, держащей в руках буханку хлеба («Девочка с буханкой хлеба», Мариуполь). Этот кадр стал символом стойкости и выживания среди разрушений. Хлеб, как древний символ жизни, в данном контексте подчеркивает основную борьбу за существование в условиях

военного конфликта. Этот образ не только фиксирует конкретный момент, но и становится отправной точкой для размышлений о судьбах людей, оказавшихся в эпицентре спецоперации.

Фотографии ветеранов и пожилых людей, оставшихся в зоне боевых действий, несут в себе символику исторической памяти и преемственности поколений. Через их портреты передается не только печаль, но и внутреннее достоинство, стойкость перед обстоятельствами. Например, фотография Алексея, сторожа храма Марии Магдалины в Авдеевке, представляет его на фоне разрушенного интерьера церкви, где обрушенный потолок и поврежденные стены контрастируют с сохранившимися элементами традиционного убранства, такими как иконы и позолоченная люстра. Данный визуальный образ символизирует не только материальные последствия конфликта, но и стойкость личности, сохраняющей приверженность духовным и культурным ценностям в условиях кризиса.

Фотографии личных вещей, оставленных людьми в зоне конфликта, становятся символами трагедии отдельных людей. Например, изображение брошенного головного убора, выполненное в монохромной гамме, служит визуальным маркером утраты и разрыва связи между человеком и его окружающей средой. В контексте вооруженного конфликта подобные объекты функционируют как материальные свидетельства произошедших событий, документируя их последствия.

Григорюк использует метафору для передачи эмоционального и социального контекста СВО. Кадры с покинутыми домами и пустыми улицами городов Донбасса можно рассматривать как метафору разорванных человеческих связей, одиночества и утраты. Например, кадры из серии «Туман в Красногоровке» (январь 2025 года) создают ощущение постапокалиптического пейзажа, где время словно замерло.

Изображение детей в работах Дениса Григорюка подчеркивает контраст между невинностью и жестокой реальностью. Снимок маленького жителя Мариуполя Артема (апрель 2023 года) передает эту противоположность: мальчик стоит на лестнице, крепко держась за перила, с куличом в руке — символом праздника Пасхи, который в этих условиях превращается в редкую возможность радости. Истощенные псы рядом усиливают ощущение тревоги. Этот кадр становится метафорой хрупкости детства, которое продолжается даже в условиях войны, но при этом находится под постоянной угрозой. В репортажах Григорюка встречаются кадры с разрушенными или поврежденными храмами, церковными службами во время спецоперации, богослужениями в полевых условиях, крестами и иконами. Например, «Крещение в зоне СВО. Фоторепортаж из полевого храма 1-й Славянской бригады». Эти образы создают многослойную метафору веры как последнего оплота среди хаоса войны.

Пустые улицы, заброшенные дома или опустевшие общественные места в его работах становятся метафорой утраты и одиночества. Например, снимок разрушенной детской площадки в Марьинке среди обгоревших деревьев и руин отражает исчезновение привычной жизни. Остов игровых конструкций с пробоинами и облупившейся краской напоминает о детстве, внезапно прерванном войной. Вдали виднеются руины домов, подчеркивающие масштаб разрушений, а сухая трава и серое небо усиливают ощущение запустения. Этот образ становится метафорой утраченного будущего.

В работах Григорюка символизм и метафора часто взаимодействуют, создавая многослойные визуальные нарративы. Например, в его фотографиях часто встречается образ дороги. Она здесь становится не только символом пути, но и метафорой поиска нового дома для людей, новой жизни. На одном из снимков Авдеевки после освобождения изображен человек, едущий на велосипеде по разбитой дороге на фоне разрушенного жилого дома. Этот визуальный образ конструирует несколько смысловых пластов: дорога как вынужденное движение в условиях утраты, велосипед как символ отсутствия устойчивости и защищенности, разрушенные здания как напоминание о

последствиях конфликта. Это метафора жизни, которая продолжается, несмотря на все трудности.

Денис Григорюк представляет собой яркий пример мастера визуального повествования, использующего символизм и метафору для передачи сложных социальных и эмоциональных концепций. Его работы выходят за рамки простого документирования событий, предлагая глубокие размышления о природе человека, войне и мире. Благодаря этому его творчество оказывает устойчивое влияние на аудиторию, формируя долгосрочные ассоциации и эмоциональные реакции. Визуальный язык, созданный Григорюком, универсален, что делает его работы значимыми как в региональном, так и в мировом контексте. Символизм и метафора являются важными инструментами современной фотожурналистики. Они позволяют не только фиксировать реальность, но и придавать ей дополнительный смысл, делая фотографии более выразительными и эмоционально насыщенными. В российской фотожурналистике эти приёмы активно используются для передачи национальной идентичности, исторической памяти и социальных ценностей.

Дальнейшие исследования могли бы сосредоточиться на сравнительном анализе использования символизма и метафоры в разных культурных контекстах, а также на изучении их влияния на общественное сознание. Кроме того, важно изучить, как данные приёмы способствуют созданию эмоциональной связи между аудиторией и визуальным контентом, что может иметь значительные последствия для понимания роли фотожурналистики в современном медиапространстве.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Анисимов И.В. Особенности возникновения фотожурналистики как профессии и как направления журналистики / И.В. Анисимов // Меди@льманах. — 2022. — №6.
2. Березин В.М. Фотожурналистика: учебник для академического бакалавриата / В.М. Березин. — М : Юрайт, 2019. — 252 с.
3. Akimova E. Journalistic Metaphors as Attitudinal Markers of Sociopolitical Situation in Russia in Early 21st Century (Cognitive-Semantic Aspect) // / E.E. Kotsova, T. A. Sidorova, E. Akimova, N.E. Petrova, K.V. Skvortsov, I.S. Karabulatova 2021 (Atlantis Press) — 237—244 p.

SYMBOLISM AND METAPHOR IN MODERN DOMESTIC PHOTOJOURNALISM ON THE EXAMPLE OF THE WORKS OF DENIS GRIGORYUK

Abstract. The article examines the role of photojournalism in the modern media landscape, its documentary and narrative functions, as well as the impact of technological progress and changes in media consumption on its development. Particular attention is paid to symbolism and metaphor as key tools of visual storytelling, enabling the conveyance of profound meanings and emotional aspects of events. The use of symbolic imagery in various historical and social contexts is explored, including war photojournalism, where they play a crucial role in conveying tragedy, loss, and heroism. Examples from the works of photojournalist Denis Grigoryuk are analyzed, whose coverage of the special operation in Donbas demonstrates a combination of documentary precision and artistic interpretation through the use of symbolism and metaphor.
Keywords: photojournalism, symbolism, war photojournalism, visual narrative, emotional impact.

Trotsenko E. D.
Scientific adviser: Chayka O.S., senior lecturer
Donetsk State University
E-mail: katerina.trotcenko@yandex.ru

УДК 811.161.1'276.3-055.1-055.2

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ЯЗЫКОВОЙ ЛИЧНОСТИ И РЕЧЕВОГО ПОВЕДЕНИЯ МУЖЧИН И ЖЕНЩИН

Юрчук К.А.
Научный руководитель: Могила С.А., старший преподаватель
ФГБОУ ВО «ДонГУ»

Аннотация. В данной работе рассматривается тема подходов к изучению языка с акцентом на гендерные исследования, которые анализируют социальные и культурные аспекты взаимодействия полов. Гендерные исследования трансформируют традиционное биологическое понимание пола в сложный социальный конструкт, влияющий на язык и коммуникацию, и это открывает новые возможности для научного анализа и понимания языковых различий между мужчинами и женщинами.
Ключевые слова: дифференциация, гендер, речь, лингвистика, язык.

Вступление. В последние годы в лингвистическом сообществе наблюдается активное развитие антропоцентрических подходов к изучению языка. Актуальным становится внимание к гендерным исследованиям, которые трактуют гендер как комплекс культурных характеристик, определяющих социальное поведение мужчин и женщин, а также их взаимодействие.

Область гендерных исследований сосредоточена на анализе культурных и социальных условий, которые влияют на восприятие общества различных половых ролей, поведения людей в соответствии с их гендерной идентичностью и общественных стереотипов относительно традиционных мужских и женских черт. Путем этого гендерные исследования переосмысляют проблему пола, перемещая её из биологической плоскости в социальную и культурную.

Гендерная лингвистика исследует, как пол выражается в языке, анализируя образы мужчин и женщин в процессе коммуникации. Целью данной дисциплины является определение языковых механизмов, которые поддерживают гендерные отношения, и углубление понимания связи между языковыми явлениями и социальными процессами. Половая дифференциация рассматривается как универсальный феномен, охватываемый различными гуманитарными науками, и современные исследования в гендерной лингвистике создают основу для дальнейшего изучения моделей поведения, несмотря на множество нерешенных вопросов.

Актуальность изучения гендерной тематики обусловлена её значимостью для отдельного человека, общества и его институтов. Гендер является одним из основных параметров социальной структуры, наряду с классом и возрастом. Он интегрируется в социальные институты, приобретая фундаментальный и устойчивый характер. С раннего детства гендерные представления и стереотипы формируются в сознании индивида.

Основная часть. Гендерная лингвистика, также известная как лингвистическая гендерология, представляет собой ветвь лингвистики и гендерологии, исследующую особенности речевого поведения людей различных полов. Следует отметить, что различают два типа пола: биологический и социокультурный. Биологический пол включает в себя анатомические и физиологические характеристики, позволяющие определить принадлежность к определенному полу. Социокультурный пол охватывает нормы, ожидания и ценности, формирующие индивидуальные черты. Гендерная лингвистика уделяет внимание языковым различиям, связанным социокультурными полами, которые не всегда совпадают с биологическими. Исследуются как устная, так и письменная речь.

Концепция гендера стала частью лингвистики значительно позже, чем в других гуманитарных науках, в основном в последние десятилетия XX века. Первые научные

работы в этой области зародились на Западе, и первые систематические исследования различий в речи мужчин и женщин проводились на базе германских и романских языков.

В российской лингвистике систематичные исследования начали развиваться лишь в конце 1980-х – начале 1990-х годов, а с середины 1990-х резко активизировались. Этот процесс приобрел такой масштаб, что можно говорить о формировании новой области отечественного языкознания – лингвистической гендерологии. Характерной чертой российских исследований является признание социальной обусловленности многих аспектов, связанных с полом и языком, что можно объяснить влиянием марксистской теории в советский период.

Языковая личность представляет собой индивидуальность, проявляющуюся через язык и текст, а также в языковых конструкциях, позволяющих реконструировать основные её черты. В рамках лингвистики этот термин относится к изучению языковой картины мира, которая возникает в результате взаимодействия личной системы ценностей с жизненными целями, мотивацией и установками, и находит свое отражение в текстах, создаваемых носителем языка.

Гендерные различия включают в себя особые психологические и физиологические черты, присущие мужчинам и женщинам. Гендерные концепции воспринимаются как идеи, взгляды и интерпретации, формируемые обществом, которые определяют распределение ролей и статус мужчин и женщин. Эти концепции создают четкие представления о том, какие обязанности и функции должны выполнять мужчины и женщины в различных социальных контекстах, каково их назначение и какие модели поведения они должны демонстрировать в процессе повседневного общения и взаимодействия.

С условной долей точности «догендерные» исследования можно классифицировать на две ключевые области: психолингвистика и социолингвистика. Эти направления акцентируют внимание на характеристиках как письменной, так и устной коммуникации, осуществляемой мужчинами и женщинами, а также на том, как половые и возрастные параметры говорящего влияют на процесс передачи информации. Также изучается специфика восприятия устной речи с гендерной точки зрения и влияние пола на поведение участников в ассоциативных исследованиях. В рамках этого подхода также проводился анализ коммуникации в семьях московской интеллигенции. Исследователи сделали ряд заключений, подчеркивая, что полученные данные представляют собой предварительные наблюдения, требующие более глубокого анализа и дальнейших исследований.

Характерная особенность структуры женской речи заключается в том, что женщины часто вплетают в беседу темы, исходящие из ситуации общения и действий собеседников. По мнению исследователей, это переключение тем не связано с гендером, а скорее обусловлено социальными и семейными ролями, такими как функция домашнего хозяйства.

Мужчины же склонны труднее изменять тему разговора, проявляя определенную «психологическую нечувствительность» – они могут быть настолько увлечены обсуждаемым вопросом, что не замечают реплик, не имеющих к нему отношения.

Женщины, напротив, чаще обращаются к своему личному опыту, приводя примеры из жизни своего окружения. В мужской речи, как правило, наблюдаются такие черты, как использование терминологии, точность наименований и выраженное влияние профессиональной сферы, поскольку мужчины считают важным разговор о работе. Кроме того, мужчины чаще прибегают к экспрессивным, упрощенным выражениям и иногда используют грубый язык.

Женская речь отличается чрезмерной эмоциональностью и частыми восклицаниями, такими как «ой!». Ассоциативные группы мужской и женской речи охватывают различные темы: мужчины обсуждают спорт и военные действия, в то время

как женщины уделяют больше внимания природе и повседневным событиям. Женщины склонны к положительным оценкам, в то время как мужчины зачастую прибегают к негативной лексике, включая грубости.

Предшественницей постмодернистской философии стала структуралистская теория, которая стремилась придать гуманитарным наукам более научный характер, исследуя структуры, присутствующие в языке, психологии и обществе. Темы свободы, воли, эмоций и восприятия были оставлены вне анализа, поскольку их нельзя было изучить с помощью математических подходов. В отличие от этого, постмодернизм критически отнесся к западной логоцентрической традиции, направленной на поиск рациональной истины, существующей независимо от человеческой практики. Для постмодернистов реальность и ее восприятие неотъемлемы друг от друга, что приводит к стиранию границ между объективным миром и его отражением в сознании. Признание роли языка стало основой «лингвистического поворота» в гуманитарных науках, таких как история, социология и антропология, где язык рассматривается как средство доступа к знаниям о явлениях, существующих независимо от него.

В настоящее время наблюдается тенденция к системному анализу и описанию языка в контексте феномена пола. Монография А. В. Кирилиной «Гендер: лингвистические аспекты» является ярким примером таких исследований. В ней автор предпринимает попытку создания теоретической модели гендера и систематизации методологических подходов к его изучению в лингвистике. На сегодняшний день в отечественной лингвистике приоритетным направлением становится разработка методики лингвистического исследования гендера, а также создание соответствующего инструментария.

Российский психолингвист, доктор филологических наук Валерий Павлович Белянин, предложил особенности употребления языка мужчинами и женщинами. Особенности речевого стиля мужчин и женщин проявляется на двух уровнях: речевого поведения и речи.

Алла Кириллина и Мария Томская, отечественные лингвисты гендерных исследований, в своей статье «Лингвистические гендерные исследования», опубликованной в журнале «Отечественные записки» в 2005 году, дали отличительные характеристики мужской и женской письменной речи. Тема работы была посвящена тенденциям в лингвистической гендерологии, причинам появления постмодернистского направления, существующим целям и проблемам. Стоит отметить, что главным заключением статьи стало отсутствие резких «непроходимых» границ между мужской и женской речью в русском языке, что неудивительно, так как все мы люди и каждый человек подвержен влиянию окружения, в котором находится.

Мужская речь:

• использование жаргона, характерного для армии и тюрьмы;

• регулярное внедрение вводных слов, особенно тех, что указывают на уверенность, таких как "очевидно", "несомненно", "конечно";

• обилие абстрактных существительных в речи;

• при выражении эмоций или оценок знаков с минимальной эмоциональной окраской;

• однородные лексические средства в передаче чувств;

• сочетание официальной и эмоционально заряженной лексики при общении с близкими;

• преобладание активных, переходных глаголов;

• несоответствие пунктуации уровню эмоциональной нагрузки.

Женская речь:

• наличие большого количества вводных слов, определений и обстоятельств, а также местоимений, выражающих неуверенность и неопределенность (возможно, по-видимому, по-моему);

• склонность к использованию "престижных" стилистически сложных форм и литературных клише;

• применение коннотативно нейтральных выражений, эвфемизмов (например, "нецензурно выражался" вместо "матерился");

• использование оценочных формулировок с дейктическими словами, вместо обращения по имени (например, "этот козел");

• большая образность в описании эмоций и разнообразие инвектив с акцентом при помощи усиливающих слов и прилагательных.

Выводы. Гендерная дифференциация – это универсальное явление, которое изучается всеми науками о человеке. Она затрагивает различные аспекты человечества и культуры. Ранее считалось, что половая дифференциация не связана с языком, и лингвистика не уделяла ей значительного внимания. Однако недавние исследования создали основу для разработки теоретических моделей мужского и женского поведения, хотя множество вопросов остаются открытыми и требуют дальнейших исследований.

При анализе голосов мужчин и женщин важным является аспект речевой компетентности, а также такие характеристики, как авангардизм или консерватизм, эмоциональность, социальный статус и особенности социальной речи. В этих исследованиях необходимо учитывать все важные детали.

Различия в манере общения мужчин и женщин не только отражают индивидуальные стили взаимодействия, но и подчеркивают воздействие социокультурных факторов на восприятие ролей каждого пола в процессе коммуникации.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Белянин В.П. Психолингвистика // Москва: Флинта. – 2003. – С. 232.
2. Кирилина А.В. Гендерные исследования в лингвистике и теории коммуникации // Москва: Российская политическая энциклопедия. – 2004. – С. 252.
3. Кирилина А.В., Томская М.В. Лингвистические гендерные исследования // Москва: Отечественные записки. – 2005.

COMPARATIVE ANALYSIS OF THE LINGUISTIC PERSONALITY AND SPEECH BEHAVIOR OF MEN AND WOMEN

Annotation. This paper examines the topic of approaches to language learning with an emphasis on gender studies that analyze the social and cultural aspects of gender interaction. Gender studies are transforming the traditional biological understanding of gender into a complex social construct that influences language and communication, and this opens up new opportunities for scientific analysis and understanding of linguistic differences between men and women.
Keywords: differentiation, gender, speech, linguistics, language.

Yurchuk K.A.
Scientific adviser: Mogila S.A., senior lecturer
Donetsk State University
E-mail: xeniayurchuk@yandex.com

УДК 81’37

ОСОБЕННОСТИ СЕМАНТИКИ РУССКОГО ГЛАГОЛА *ЗАЩИЩАТЬ* В КОНТЕКСТЕ ЯЗЫКОВОЙ КАРТИНЫ МИРА[2]

Яланский А. А.
Научный руководитель: Титаренко Э. А. канд. филол. наук, доцент
ФГБОУ ВО «ДонГУ»

Аннотация. В статье рассматриваются особенности семантики русского глагола «защищать» в контексте языковой картины мира, представленной в современных научных исследованиях. Проанализированы словарные значения, антонимы и синонимы данного глагола, а также его переводы на славянские (польский, чешский, украинский) и английский языки. Особое внимание уделено сравнению вариантов значений и их эквивалентов в других языках, а также рассмотрению сленговых аналогов и устойчивых выражений с лексемой «защищать». Исследование подчеркивает важность анализа слов в рамках культурно-лингвистической парадигмы для понимания менталитета носителей языка.
Ключевые слова: глагол *защищать*, семантика, перевод, сленг, языковая картина мира.

Введение. Языковая картина мира представляет собой уникальную систему представлений о реальности, отраженную через призму языка. Она раскрывается в двух основных аспектах: этногерменевтическом, отражающем национально-культурную специфику, и семантико-когнитивном, направленном на изучение особенностей формирования картины мира носителями языка. В рамках этих подходов язык рассматривается как культурный код, передающий менталитет, образ мышления и мировоззрение народа. Глагол *защищать* занимает важное место в русской языковой картине мира, так как он охватывает широкий спектр значений, связанных с защитой, охраной и отстаиванием интересов. Цель данной статьи – проанализировать особенности семантики и этимологию глагола *защищать*, рассмотреть его переводы на другие языки и выявить особенности использования в устойчивых выражениях.

Основная часть.

1. Понятие языковой картины мира. Считается, что терминологическим понятием картина мира становится в начале прошлого века. Дефиниции понятия картина мира имеет широкий спектр представленности в научном знании. В современной лингвистике существует попытка разграничить семантические поля понятия *картина мира*. Согласно исследованию Е. О. Аквазба [1, с. 34], выделяют научную, наивную, концептуальную и языковую картины мира. К языковой картине мира ряд исследователей, среди которых такие корифеи языкознания как С. Ю. Аншакова, Т. И. Воронцова, Л. А. Климкова, О. А. Корнилов, З. Д. Попова, Б. А. Серебренников, Г. А. Шушарина, относят субъективные характеристики реально существующего и описываемого мира посредством воссоздания концептосферы, концептуальной картины мира, при этом ее системная языковая составляющая уходит на второй план, уступая место индивидуальной авторской картине мира, отражающей специфику мировоззрения языковой личности, и только потом интерес исследователей обращается к речемыслительной деятельности многопоколенного антропоцентрического коллектива как к фоновой составляющей. Таким образом, языковая картина мира становится неотъемлемой частью, культурным кодом, бытийствующим в базовых концептах, составляющих сознание носителя языка.

Другая группа исследователей, среди которых Н. А. Беседина, Т. Г. Бочина, М. В. Завьялова, Т. М. Николаева, М. В. Пац, Р. Х. Хайруллина, Е. С. Яковлева, под языковой картиной мира подразумевают закодированную в языке специфическую для

[2] Исследование выполнено в рамках инициативной темы «Языковая картина мира в контексте новейших лингвистических парадигм» (номер госрегистрации НИОКТР 124112200105-7)

данного языкового коллектива модель понимания мира [6, с. 34]. В связи с вышеизложенным, мы можем заключить, что языковая картина мира — это реальность, аттракцированная в языке, языковая система, языковая модель мира, знание о мире, транслируемое с помощью разноуровневых языковых единиц.

Языковая картина мира может быть создана разными способами, на разных уровнях, так в этом процессе на лексическом уровне, как правило, участвуют фразеологизмы, линвоспецифическая лексика, не имеющая полных аналогов при переводе, мифологемы, образно-метафоричные слова, коннотативный компонент лексического значения слова, тропики. На уровне словообразовательной системы привлекаются словообразовательные средства, например, для выражения различной степени величины признака, действия, предмета или явления, что позволяет говорить исследователям о градуальности и ее семантике. На уровне грамматики внимание лингвистов сосредоточено на семантике разных частей речи, роли отдельных грамматических и лексико-грамматических категорий в языковом способе отражения действительности.

Рассмотрим особенности семантики глагола *защищать*, его переводы на другие славянские и английский язык, отличия в передаче лексико-семантических вариантов.

2. Словарные значения глагола *защищать*. Глагол *защищать* в русской языковой картине мира отражает не только практические аспекты защиты, но и абстрактные концепции, такие как борьба за справедливость, сохранение чести и самопожертвование. Это делает его важным объектом исследования для понимания культурно-национальной специфики восприятия действительности.

Согласно Большому толковому словарю русских глаголов, *защищать* имеет несколько основных значений, которые можно разделить на три ключевые группы [2]:

1) Охраняя, ограждать кого- или что-либо от посягательств, нападения, опасности. Пример: «*Истребительная авиация* ***защитила*** *город от бомбардировок неприятеля*». Это значение связано с физической защитой объекта или человека от внешних угроз. Оно часто используется в военном, историческом и бытовом контекстах. Например, в литературе тема защиты родины или семьи становится центральной в произведениях о войне, где акцентируется героизм и самопожертвование.

2) Предохранять кого- или что-либо, обезопасив от чего-либо нежелательного или опасного. Пример: «*Темные очки* ***защищали*** *ее глаза от солнечных лучей*». Данное значение акцентирует внимание на предупреждении возможных негативных последствий. Оно характерно для повседневной речи и научных текстов, где подчеркивается необходимость защиты от различных факторов окружающей среды.

3) Отстаивать свое мнение, взгляды или концепцию перед чьей-либо критикой или возражениями. Пример: «*Ученые-генетики доказывали справедливость своих убеждений практическими результатами, защищали свои мнения, но не могли противостоять догматизму официальных теоретиков биологии*». Это значение подчеркивает интеллектуальную или идеологическую защиту, которая часто встречается в научной, политической и социальной сферах. Например, в научных дискуссиях защита своих идей становится важным элементом профессионального взаимодействия [3].

Синонимами глагола *защищать* являются слова: *оберегать*, *ограждать*, *предохранять*, *отстаивать*, *охранять*, *обезопасить*, *уберечь*, *укрыть*, *спрятать*, *спасать*.

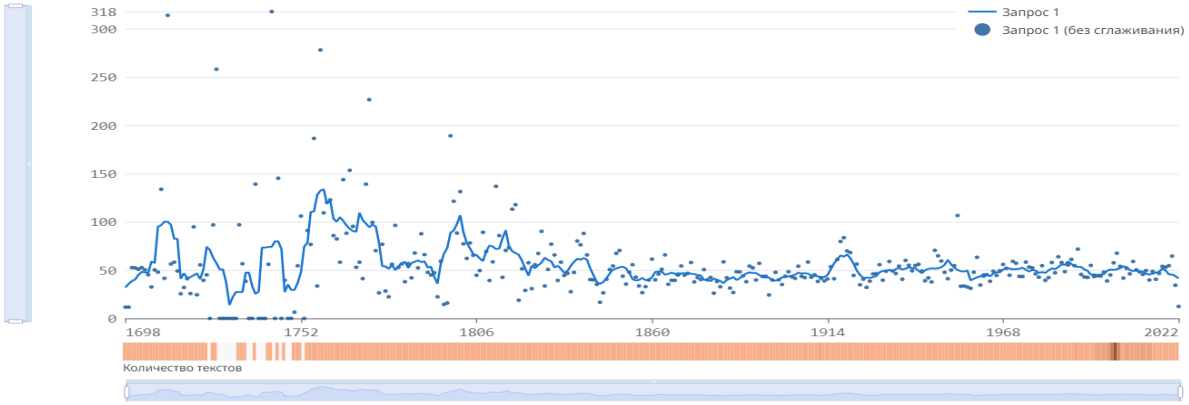
Антонимами – *нападать, обвинять* [8; 7], см. таблицу.

Антонимы *защищать*	Значение, примеры
Нападать	
Набрасываться	‘подвергать кого-, что-либо нападению, быстро, стремительно двигаясь, в один прием, без перерыва’: *Собака со злобным лаем* ***набрасывалась*** *на прохожих*.
накинуться	‘подвергать кого-либо нападению, быстро, стремительно двигаясь, в один прием, без перерыва’: *Он* ***накинулся*** *на вошедшего человека и стал осыпать его ударами с такой яростью, что все опешили*.
обрушиться	на кого-что ‘стремительно, с большой силой напасть на кого-, что-либо, атаковать кого-, что-либо’: *Казачий эскадрон лавиной* ***обрушился*** *на неприятеля*.
налететь	на кого-что ‘напасть, атаковать с воздуха’, ‘неожиданно и стремительно напасть. атаковать’: *Бандиты* ***налетели*** *на таксиста*.
атаковать	‘предпринимать атаку’: *Наши спортсмены* ***атакуют*****.**
штурмовать	‘производить штурм, решительную атаку чего-либо’: ***Штурмовать*** *город*.
Обвинять	
накинуться	разговорное ‘вдруг, с жаром обратиться к кому-либо с упрёками, бранью, жалобами и т.п.’ ***Накинуться*** *с упрёками, с бранью.*
обрушиться	‘наброситься, накинуться на кого-, что-либо с упрёками, обвинениями и т.п.’ *Жена* ***обрушилась*** *на него с градом упрёков*.
налететь	разговорное ‘внезапно обрушиться на кого-либо с обвинениями, угрозами, бранью и т.п.’: ***Налететь*** *на мужа с упрёками*.

Приведенные антонимические значение иллюстрируют положение о том, что защищать можно/нужно как от физической угрозы, так и от словесной брани.

3. Коллокации и частотность глагола *защищать*. Согласно НКРЯ, наиболее частотными прямыми дополнениями при анализируемом глаголе являются существительные *интерес*, *родина*, *диссертация*, *честь*, *отечество*.

Отметим и частотность употребления: конец 19 века и начало 20 века характеризует пассивный период частоты употребления глагола *защищать*, активизировавшегося с начала проведения СВО, что пока не отображено в НКРЯ.



4. Переводы на славянские и английский языки. При переводе глагола *защищать* на польский, чешский, украинский и английский языки наблюдаются различия в передаче значений:

польский: chronić (защищать физически), bronić (отстаивать);

чешский: chránit (защищать физически), obhajovat (отстаивать);

украинский: захищати (защищать физически), боронити, обстоювати (отстаивать);

английский: to defend (защищать физически, отстаивать), to protect (отстаивать). Глагол *to defend* подразумевает защиту от непосредственно угрожающей опасности: *they defended the city to the last* (они защищали город до последнего). Глагол *to protect* предполагает предохранение от возможной опасности*: to protect one's eyes from the sun* (защищать глаза от солнца). Глаголы *to guars* и *to keep guard over* обозначают охранять, стоять на страже, сторожить.

Согласно исследованию И. К. Гараевой, Т. Д. Шабановой, в англо-английских словарях глаголы *secure* и *defend* интерпретируются через глагол *protect*; *protect* и *secure* – через *keep safe* и *make safe*, то есть значения глаголов, представленных в словарях интерпретируется через перечисление синонимов, но дифференциальная информация об особенностях параметров денотативной ситуации, определяющей употребление того или иного глагола, отсутствует [4, с. 39].

Рассмотрим возможные переводы конструкций *защищать диплом* ‘успешное выступление студента перед комиссией по теме дипломной работы’ и *защищать Родину* на другие языки:

англ. ***to defend*** *a thesis* и ***to defend*** *the native land/Fatherland/motherland*),

пол. ***obronić dyplom*** и ***bronić*** *ojczyzny*;

укр. ***захищати*** *диплом* и ***захищати*** *Батьківщину* (рекомендованное: *боронити*)

в чешском значение защиты диплома и отечества выражают разные глаголы ***obhajoba*** *disertační práce* и ***bránit*** *vlast*.

5. Устойчивые выражения и сленговые аналоги. В сленге встречаем такие слова со значением защиты:

дефить – защищать (от англ *defend*); *деф* – защита;

протектить – защищать (от англ. *protect*)

крыть — покровительствовать кому-либо;

крыша — защита, покровительство.

Сленгизмы отличает мотивированность заимствованиями (англицизмами) и метафоричность. В этой связи интересно изменение этимологического значения предметного «под щитом» на предметное «крыша; с/под крышей»: защи́та — отглагольное производное от *защити́ть*. От *щит* [10, с. 84].

Укр. *захистити* – от хист- (*хист), является, возможно, расширенным вариантом более давнего хис-, (<хьіз-), представленного также в слове *хижа*); с рус. *защищать* этимологически несвязанный [5, с.].

Пол. *bronić* Согласно [9, с. 41], prasłowo. Вероятно родство с гот. brunjô, д.-в.-н. brunnja ‘броня, панцирь, латы’. По этимологическому словарю А. Г. Крылова, слово *броня́* в значении ‘панцирь’ имеет общеславянский характер и заимствовано из германских языков (в древненемецком brunja ‘панцирь, броня’). Первоначально значение этого слова — ‘то, что закрывает грудь’, о чем свидетельствует однокоренное немецкое слово Brust ‘грудь’. У слова *броня* в советское время родилось новое значение: ‘закрепление чего-нибудь за кем-нибудь’. Такое значение возникло вследствие переосмысления слова броня как ‘защита’.

Англ. *protect* от лат. prōtēctus ‘covered, protected’, где prō, prō- ‘before, in front of (перед)’ + tegere ‘to cover (покрывать)’.

Приведенные сленгизмы и этимологические разыскания подтверждают связь анализируемых слов с представлением о покрывании, о том, чем можно закрыться (щит, броня) или где укрыться (укр. хижа).

6. Сравнение переводов и культурных аспектов. При сравнении переводов глагола *защищать* на славянские и английский языки становятся заметны культурные различия. Например, в польском языке значение *chronić* (физическая защита) более конкретизировано, чем в русском языке, где глагол *защищать* может охватывать как физическую, так и абстрактную защиту. В украинском языке глагол *захищати* также имеет широкий спектр значений, однако встречаем такую рекомендацию Б. Антоненко-Давидовича касательно замены *захищати* на *боронити*: «*Обов’язком кожного громадянина є боронити (або обороняти) свою Батьківщину*», он отмечает, что в последнее время вместо слова *захист* и производных от него *захисник*, *захисний*, *захищати* (хотя производность слова *захищати* от *захист* для нас сомнительна) употребляют *оборона*, *оборонець*, *оборонний*, *обороняти*.

В английском языке употребление глаголов *to protect* и *to defend* определяет объект, от которого нужна защита: защитить от непосредственно угрожающей опасности – *defend,* от возможной опасности – *protect* .

Заключение. Анализ глагола *защищать* показывает его многозначность и важную роль в формировании языковой картины мира. Различия в переводах на другие языки свидетельствуют о культурной специфике понятий, связанных с защитой. Устойчивые выражения и сленговые аналоги подчеркивают адаптивность глагола в современной речи.

Дальнейшие исследования могут быть направлены на изучение других глаголов, связанных с защитой, в контексте межкультурной коммуникации. Особое внимание следует уделять сравнению их семантической структуры и культурно-национальной специфики использования.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Аквазба Е.О. Языковая картина мира в дискурсе современных научных знаний // Язык и межкультурная коммуникация: современные векторы развития сборник научных статей по материалам II Международной научно-практической конференции. Том Выпуск 2. Пинск, 2021. – С.33–38.
2. Антоненко-Давидович Б.Д. Як ми говоримо. – К., 2007. – Режим доступа: https://litmir.club/br/?b=211024&p=10#section_38 (Дата обращения: 11.02.2025)
3. Большой толковый словарь русских глаголов – М.: АСТ-Пресс, 2009. – С. 56.
4. Гараева И.К. Подготовка филолога: дифференциальная семантика английских глаголов группы «защита» (protect, defend, secure) / И.К. Гараева, Т.Д. Шабанова // Педагогический журнал Башкортостана. – №5. – 2017. – С. 36-42.
5. Етимологічний словник української мови: В 7 т. – Т. 2: Д–Копці / Ред. кол.: О.С. Мельничук (гол. ред.), В.Т. Коломієць, О.Б. Ткаченко. АН УРСР. Ін-т мовознавства ім. О. О. Потебні. – К.: Наукова думка, 1985. – 572 с.
6. Подвигина Н.В. Языковая картина мира / Научный вестник Воронежского государственного архитектурно-строительного университета. Серия: лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2009.– № 5. – С. 63-67.
7. Словарь антонимов русского языка. – М.: Флинта, 2010. – С. 123.
8. Словарь синонимов русского языка. – М.: Русский язык, 2005. – С. 78.
9. Słownik etymologiczny języka polskiego. – Режим доступа: https://archive.org/details/slownik_etymologiczny_jezyka_polskiego/ (Дата обращения: 11.02.2025)
10. Фасмер М.Р. Этимологический словарь русского языка. В 4-х т. Т.2. / Пер. с нем и доп. О.Н. Трубачева. – М.: Прогресс, 1986. – 672 с.

THE SEMANTIC OF THE RUSSIAN VERB *TO PROTECT* IN THE CONTEXT OF THE LINGUISTIC WORLDVIEW

Annotation. The article examines the features of the Russian verb *to protect* in the context of the linguistic worldview presented in modern scientific research. The dictionary meanings, antonyms, and synonyms of this verb are analyzed, as well as its translations into Slavic (Polish, Czech, Ukrainian) and English languages. Special attention is paid to comparing variants of meanings and their equivalents in other languages, as well as considering slang analogs and idiomatic expressions with the lexeme *to protect*.
Keywords: verb, to protect, semantics, translation, slang, linguistic worldview.

Yalansky A.A.
Scientific adviser: Titarenko E.A., Ph.D., associate professor
Donetsk State University
E-mail: yan0534@mail.ru

УДК 82.1

ЭВОЛЮЦИЯ ЖАНРА ЭЛЕГИИ В РУССКОЙ ЛИТЕРАТУРЕ XIII В. (НА МАТЕРИАЛЕ ТВОРЧЕСТВА А. П. СУМАРОКОВА И Н. М. КАРАМЗИНА)

Ярема А. В.
Научный руководитель: Сенчина Л. Т., канд. филол. наук., доцент
ФГБОУ ВО «ДонГУ»

Аннотация: В данной статье рассматривается проблема формирования жанра элегии в литературе XVIII века. Особое внимание уделено творчеству А. П. Сумарокова и Н. М. Карамзина, предопределившим дальнейшее развитие жанра. На основе проведенного исследования автор подчеркивает новаторский характер элегий А. П. Сумарокова и Н. М. Карамзина.
Ключевые слова: жанр, элегия, элегическое слово.

О жанре элегии написано много. Однако до сих пор трудно дать исчерпывающее определение этого подвижного и изменчивого жанра. Одна из причин – принадлежность элегии к «малым формам» лирической поэзии. Подвижность и изменчивость элегического жанра в первую очередь связана с сущностью этого типа произведения, обращенного скорее к моменту, «мигу», а не к «длительности». Отсюда подвижность, непредсказуемость в развитии мысли и эмоции.

Закономерен тот факт, что в современном литературоведении представлены разные точки зрения на жанр элегия. На наш взгляд, следует обратить внимание на термин: в переводе с древнегреческого elegeia – elegos плачевный, жалобный. Века сменяли друг друга, но эта сущность элегического жанра во многом определяет специфику данного типа произведения на протяжении долгого времени.

Элегия, как известно, берет свое начало из древнего ритуального оплакивания, предназначенного для публичного звучания. Как ритуалу, ей свойственна узнаваемая минорная тональность, некая карнавальность, определенная структура оплакивания. Главной отличительной чертой, ставшей впоследствии жанрообразующей, стал трагический пафос, предопределивший образ Смерти. Смерть представлялась ничем иным, как границей меж мирами. Несмотря на официальность архаичных плачей (всеобщее горе), в перспективе они могут быть индивидуализированы, ибо человечеству свойственно обращаться к таким вечным вопросам, как бытие, любовь, жизнь, смерть. Для жанра элегии, несомненно, характерна глубокая эмоциональность и лиричность, часто отражающая душевное состояние: меланхолию, тоску, переживание. В. А. Грехнев утверждает, что наиболее естественным для жанра состоянием является «психологическая неопределенность» [2, с. 134]. Действительно, эмоции – явление довольно изменчивое и противоречивое. И тому виной множество факторов. Эмоциональная неустойчивость субъекта сознания – его внутренняя борьба с собственным «я», гнев, мольба, плач; - человеческое горе может приобретать самые разные формы, интроспективный же характер элегий позволяет лучше понять, что происходит в душе героя.

Первые русские элегии были написаны В. К. Тредиаковским и Ф. Прокоповичем. В. К. Тредиаковский в своих трактатах представил первую классификацию жанра, выделяя треническую элегию, в которой «описывается печаль и несчастие» и эротическую, где изображена «любовь и все из нея воспоследования». [8, с. 359] Закономерно, что А. П. Сумароков учитывал опыт В. К. Тредиаковского в разработке жанре элегия на русской почве. При создании этого типа произведений Сумароков использовал опыт не только предшественников, но и свой, накопленный в таких жанрах, как песня и трагедия. Монологи в элегиях Сумарокова часто напоминают монологи его трагедий, однако следует подчеркнуть, что монологи в названных жанрах выполняют

разные функции: в трагедии – призыв к действию, в элегии – к осознанию глубины чувств и переживаний.

В элегическом творчестве можно увидеть четкое разграничение этих типов произведения. Тренические элегии поэта, такие как «На смерть … Е. П. Бутурлиной», «К Дмитриевскому», «Терпи, моя душа, различны муки» и др. как правило посвящены близкому человеку, в них отсутствует абстракция. Элегия «На смерть сестры авторовой Е. П. Бутурлиной» посвящена сестре поэта. С первых строк сообщается о произошедшем, что характерно для традиции классицизма: «Стени ты, дух, во мне! стени, изнемогая! Уж нет тебя, уж нет, Элиза дорогая!». Элегия же «В болезни страждешь ты» написана по причине болезни его жены. Здесь уже куда меньше восклицаний, но от этого она не становится менее чувственной. «О яростны часы! Жестокой время муки! Я всем терзаюся, что в мысли ни беру. Стерплю ли я удар должайшия разлуки, Когда зла смерть… И я, и я тогда умру». [7, с. 157] Автор делится с нами своими переживаниями: он не мыслит своего существования без любимой жены, боится за ее жизнь, надеется на лучшее («…сделай, чтобы страх и трепет был напрасен!»), скорбит по сестре, не веря в глубине души, что это произошло («Я слышу голос твой, и зрю твою я тень»), надеется, что всё это ложь, при этом прекрасно всё осознавая («Пролгися; ах, но то и подлинно и ясно!) просит прощения за всё («Крепись, моя душа! Стремися то снести! Элиза, навсегда, любезная, прости!»). [7, с. 156]

Треническая элегия получила дальнейшее развитие в русской литературе XVIII в. Исследователь И. Клейн замечает, что в последнее десятилетие XVIII столетия в погребальной поэзии происходят определенные изменения. Эти произведения «…носили такие заглавия, как «Стихи на кончину…» или просто «На кончину…». Авторы использовали разные жанровые формы – оды, элегии или дружеского послания». [5, с. 344]

Содержательны и интересны элегии, посвященные любви («Судьба, за что ты мне даешь такую часть!..», «Ты только для тово любовь уничтожаешь...», «Неверная! меня ты вечно погубила...» и др.) Смерть и любовь у А. П. Сумарокова взаимодействуют, взаимодополняют друг друга, иногда они синонимичны. В некоторых элегиях поэта, таких как «Уже ушли от нас играния и смехи…», «В болезни страждешь ты» можно наблюдать трансформацию лирического монолога. Эти изменения связаны с появлением милого конкретного «ты». Лирическое «я» соотносится с другим сознанием близким ему лирическим «ты». Все это, бесспорно, способствовало перестройке лирического монолога и расширяло возможности элегического жанра.

А. П. Сумароков стремился передать душевное состояние, обилие чувств и эмоций – терзания, отчаяние, горесть, тоска; важен результат, следствие, причины же отходят на второй план.

В отличии от тренических, лиризм любовных элегий зачастую лишен авторской субъективности: герой представляется самостоятельным действующим субъектом, автор лишь «озвучивает» его мысли. И. З. Серман назвал такой тип лирического психологизма «абстрактно-поэтическим». В этих элегиях элегическое слово построено на мотивах печали, грусти. Язык любовных элегий отличается изысканностью и метафоричностью, подчеркивая тем самым эмоциональную напряженность, интимность создаваемых стихотворений. В некоторых элегиях поэт обращается к теме смерти, тем самым усиливая трагизм любовных переживаний. Всякая любовь в рамках жанра, как правило, обречена, радость же в любви, по мнению поэта, возможна лишь в мимолетных воспоминаниях или во сне. Герою остается либо терпеть, Сумароков использует такие слова, как «терпи», «сноси», «страдай», «мучься», либо умереть, что мы и видим в элегии «Ты только для тово любовь уничтожаешь…». В самом названии заложена главная тема – разрушительные силы, таящиеся в самой любви. Лирический герой безответно влюблен в красивую, но жестокую и властную женщину. Об этом можно судить, исходя

из следующих строк: «Престань употреблять по зло свою ты власть!», «…на меня взирала ты сурово», «…твое толь серце строго» [9, с. 75]. Герой неустанно говорит о ее красоте понимает, что женщин в мире много, но нужна именно она: «…есть и безъ тебя красотъ на свѣтѣ много, Но весь разсудокъ сей пребудетъ суетой: Я плѣненъ на всегда твоею красотой.» - та, что день ото дня пробуждает в нем неведомую страсть «думается мнѣ, что ты одна родилась, Котора можетъ мысль мою къ себѣ привлечь, Питать мои глаза, и кровь мою зажечь.»

На протяжении всей элегии «(«Ты только для тово любовь уничтожаешь» А. П. Сумароков использует различные поэтические приемы, чтобы усилить общее воздействие своего произведения на читателя. Он использует аллитерацию («**Т**ы только для **т**ово любовь уничт**о**жаешь», «Прес**т**ань упо**т**реблять по зло свою **т**ы влас**т**ь!», «Уч**т**ивый **т**вой приемъ менн не услаждае**т**ъ»), которая придает необходимую мелодичность стиха.

Поэт активно использует в своих любовных элегиях тропы: («разрушить», «уничтожаешь», «растравленію не излечимыхъ ранъ», «мученье», «бремя»), - создает ощущение меланхолии, намекая на то, что любовь, несмотря на ее красоту, в конечном итоге мимолетна и обречена. Через сопоставление света и тьмы автор изображает контрастные аспекты любви: «…свободу восприять» / «…плѣннымъ стать», «скорбь» / «любовь», «умертвить» / «произрастить», «**мучася** отъ той кто всѣхъ **миляе**» и др. Прием антитезы А. П. Сумароков, как правило, часто использует своих любовных элегиях. Эти яркие образы создают ощущение напряженности, поскольку читатель становится свидетелем превращения любви из нежного сияния в ее разрушительное последствие.

В элегии «Ты только для того любовь уничтожаешь…» можно обратить внимание на такие слова, как «варвар» и «тиран»: «какъ предъ варваромь, я стражду предь тобой?», «хочешъ превзойти свирѣпствомь и тирановъ?». Данные сравнения, введенные автором, представляются нам довольно неожиданными. Слово «варвар» в переводе с греческого βάρβαροι означает – чужеземец. Слово «тиран» τύραννος вошло в сознание древних греков примерно в VII—VI веках до н.э. со значением «единоличный правитель». [6, с. 366] Со временем оно приобрело негативную окраску. В контексте элегии «Ты только для того любовь уничтожаешь…» слова «варвар» и «тиран» служат для описания возлюбленной героя. Действительно, эта женщина чужая, они словно говорят на «разных языках». Притом, как упоминалось раннее, его возлюбленная довольно деспотична: она с удовольствием принимает его ухаживания, но ответить на любовь не готова, что косвенно перекликается с поздним значением слова «тиран». И всё же для героя она – единственная, «абсолютная правительница» его сердца.

Возлюбленная попросту играет с ним: то подпускает ближе, то отталкивает, совершенно не понимая (или, быть может, понимая), какую боль своими действиями она причиняет. Не выдержав страданий, герой призывает жестокую возлюбленную прийти к нему на могилу и вспомнить: «Внемли, несклонная, мой томный глас, внемли, И по конце моем на месте той земли, Где будет тлеть мой прах, взгляни на гробный камень И, вспомнив сей, что днесь во мне пылает пламень, Вздохни, вообрази, как зрак твой был мне мил, И молвь: «Я помню то, как он меня любил».

В анализируемой элегии четно прослеживается семантические категории прошлого/настоящего и памяти/забвения. Ностальгический элемент так или иначе всегда присутствует в элегиях, ибо ценностный статус прошлого в таких произведениях определяется их неповторимостью. Людям же свойственно предаваться воспоминаниям о «днях прошедших». Элегия является незримой границей между прошлым и настоящим, единица измерения – Время. В целом, эта элегия связана с изображением глубокой рефлексией; эмоционально насыщенное произведение человеческой болью по поводу отсутствия взаимной любви.

Похожий сюжет можно наблюдать в элегии «Престанешь ли моей докукой услаждаться…». Благодаря выразительному языку стихотворение погружает в глубины сознания героя. Отличительной чертой этого произведения является присутствие едва уловимого призрака надежды, она лишена трагизма и кипящих страстей, поэт показывает нам сцену любовного томления. У А. П. Сумарокова любовь подобна одержимости. Одержимость лирического героя призрачным образом возлюбленной, с которой он вынужденно разлучился. Одно лишь воображение будоражит его почти так же сильно, как и ее реальное, физическое присутствие: «Со взором мысль моя твоим сопряжена; / Неисходимо ты мне в сердце вложена» [9, с. 74-75]. Сгорая от страсти, он мечтает быть с ней: «Всегда зрю тѣнь твою и страсти осязаю, И всякой часъ тебя я въ мысли лобызаю.» Терзаемый борьбой разума и чувств, герой лишается «спокойства», сна («день и ночь горю»), ума, рассудка, теряет счет времени («Я время, мысли, ум и все тобой гублю»).

В сюжете элегии явно ощущается перекличка с мифом об Эхо и Нарциссе с тем лишь исключением, что в роли Эхо нам представляется сам герой, Нарцисс же – его неприступная возлюбленная. Интересно, что имя Нарцисс имеет тесную связь со словами «наркотик» и «наркоз»: в переводе с греческого narkissos – «коченеть, застывать» (что связано с причиной смерти юноши), слова же «наркоз» (греч. narkosis) и «наркотик» (греч. narkotikos) также имеют схожее значение – «цепенение, паралич»; «нарцисс», «наркоз» и «наркотик» являются однокоренными. Тут необходимо сделать небольшое замечание: в мифе все эти характеристики относятся непосредственно к Нарциссу (что очевидно), в элегии, поскольку ситуация изменяется, - роль Нарцисса выполняет возлюбленная. Прекрасная дама для него – что-то вроде «наркотика», он зависим от нее, одержим, нечто похожее мы видим и в упомянутой выше элегии «Ты только для того любовь уничтожаешь…». В начале он задается вопросами, носящими скорее риторический характер, обращенными к Небу: «Престанешь ли моей докукой услаждаться? Могу ли я когда любви твоей дождаться?» Это сразу же задает тон элегии как мольба о понимании и сочувствии. Герой ищет утешения в признании своей боли и надеется, что близкий человек сможет понять его душевное состояние. Всё, чего он так сильно жаждет – взаимности. Он говорит нам об этом в начале, повторяет это и в конце. По мере развития элегии мольба лирического героя становится все более отчаянной, и это отчаяние вступает в борьбу с едва уловимой надеждой. Герой чувствует холод, понимает, что чувства не взаимны, но в глубине души всё же надеется на обратное, умоляет сказать заветные слова: «Скажи драгая мнѣ: и я тебя люблю». Для него эти слова – предел мечтаний.

В анализируемых элегиях «Ты только для того любовь уничтожаешь…» и «Престанешь ли моей докукой услаждаться…» взаимная любовь представлена как средство от уныния, избавление от монотонности существования. С древних времен люди настойчиво ищут «свою вторую половинку», стремятся к взаимности. А. П. Сумароков акцентирует внимание на универсальной человеческой потребности в понимании, во взаимной любви, которая способна открыть для человека смысл жизни.

Роль А. П. Сумарокова в становлении элегического жанра в литературе XVIII в. трудно преувеличить, поскольку он действительно серьезно переосмыслил этот тип произведений. Можно утверждать, что все его многочисленные попытки трансформировать элегию, поиск тематического разнообразия, форм стиха были удачными.

Русская классическая элегия XVIII в. играла большую роль в понимании процесса и развития не только жанра элегия, но и в русской любовной лирики в целом. Значение А. П. Сумарокова в таком процессе представляется нам бесспорным.

Последнее десятилетие XVIII в. связано с кардинальным изменением литературного процесса: меняется философская картина мира, разрушается нормативная

эстетика (былые правила больше не определяют творческий процесс), жанровое мышление, на первый план выдвигается автор, возникает интерес к внутреннему миру, «душе человека». Происходящие изменения особенно ощутимы в жанре элегии. К элегии неоднократно обращается Н. М. Карамзин, жанр близок его натуре. Все проблемы и невзгоды он пропускает через свою душу, авторское «я» в его лирике чрезвычайно сильно. В своем творчестве, уверен Карамзин, поэт должен быть честен, писать следует только то, «что подлинно занимает его душу» [4, с. 6]; правдоподобен: важно не просто изобразить горе и слезы, но показать причину этих слез; содержателен: «умной стих врезывается в память, громкий стих забывается» [Там же, с. 9].

Одной из самых известных является элегия Н. М. Карамзина «Осень» (1789). Обратим внимание на название данного произведения. Осень – пора увядания, предчувствия смерти, осознания неминуемого конца – это и становится главной темой элегии Карамзина. Подобно художнику, поэт старается запечатлеть пейзаж умирающей природы, тем самым расширяя лексический состав жанра: «в мрачной дубраве», «седые туманы», «взором унылым», «бледная осень» и т.д [3, с. 56]. Симфония мрака, тоски, пустоты окружает героя-наблюдателя: птицы смолкли, «поздние гуси» спешно улетают на юг, тишину нарушают лишь опадающие листья – осенняя «бледность», ставшая олицетворением его внутренних переживаний, ибо в лирике Н. М. Карамзина герой и пейзаж неделимы. Карамзин противопоставляет человека природе, размышляет о бренности человеческого бытия, о его мимолетности, о миге, который никогда не повторится. Тема человека и природы – важная черта творчества Н. М. Карамзина, явно перекликающаяся с концепцией «естественного человека» Ж-Ж Руссо, которой придерживались как сентименталисты, так и романтики. Последние с особым интересом обращались к проблеме века и вечности, теме странничества, рассуждали о неразрывной связи человека с природой – всё это мы можем встретить, например, в творчестве М. Ю. Лермонтова («Выхожу один я на дорогу», «Тучи», «Парус» и др.). Н. М. Карамзин – предтеча романтического миропонимания.

Образ странника, популярный в эпоху романтизма, композиционно разделяет элегию на две части: осенний пейзаж, окрашенный безнадежностью, в первой части и принятие, вера в возрождение во второй. Наблюдая за пасмурным осенним пейзажем, герой утешает странника, напоминает о быстротечности времени, о его цикличности, «бледность осени» - это не навсегда, «все обновится весною» [3, с. 56].

Странник в произведении – олицетворение уходящей молодости: в отличие от природы, которая увядает «только на малое время», век человеческий короток – об этом рассуждает Карамзин и в последних сроках:

Смертный, ах! вянет навеки!
Старец весною
Чувствует хладную зиму
Ветхия жизни. [3, с. 56]

Н. М. Карамзин в своем творчестве активно использовал междометия с целью выразить тончайшие оттенки чувств. Так, и в последней строфе элегии появляется междометие «Ах!», которое в последствии будет активно употребляться в повести «Бедная Лиза». «Смертный, ах!» - вздох сожаления, непроизвольная реакция организма на сиюминутно возникшее чувство. Как за весною по пятам следует зима, так и за рождением когда-нибудь настанет смерть. Безысходность и тоска, наблюдаемые в начале произведения, сменяются мудрым смирением: природа циклична, странник же никогда не возродится.

Н. М. Карамзин активно вводит трехсложные метры, экспериментирует с ними. Так, элегия «Осень» написана разностопным дактилем – новая форма, несвойственная жанру прежде. Ритм стиха очень мелодичный. Особую мелодику элегии создает прием звукописи. Наиболее часто употребляемыми, по подсчетам Дуна Вэнькана, являются

звуки [в] (29 раз), [с] (36 раз), гласные [е] и [и] (48 раз) [1, с. 88], плавные, неторопливые, настраивающие читателя на минорный лад.

Витающее между строк ощущение оторванности, вероятно, вызвано тем, что данное произведение было написано за границей. Н. М. Карамзин тогда путешествовал по Европе. Прекрасные, но чужие города, меняющиеся сезоны вдали от родины натолкнули поэта на меланхоличные размышления о необратимости и несправедливой быстротечности жизни. Элегия Н. М. Карамзина «Осень», несомненно, является новой ступенью в развитии жанра.

Исследуя жанр элегии, мы убедились в том, что в переходный период русской литературы XVIII в. происходит явная трансформация элегического типа произведения, усиливается лирическая доминанта в тексте, расширились лексические возможности, поэт использует трехсложный размер (разностопный дактиль), что является новаторским по отношению к предшествующей стиховой традиции.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Венькан, Д. Фоносимволизм в поэтических текстах / Венькан Д. [Текст] // Филологические науки. Вопросы теории и практики — Тамбов:Грамота, 2017. — С. 86-89.
2. Грехнев, В. А. Лирика Пушкина: О поэтике жанров [Текст] / Грехнев В. А. — Горький: Волго-Вятское кн. изд-во, 1985 — 239 с.
3. Карамзин, Н. М. Избранные сочинения. К 250-летию со дня рождения. [Текст] / Карамзин Н. М. — Москва: Просвещение, 2016 — 304 с.
4. Карамзин, Н. М. От издателя. Аониды, или собрание разных, новых стихотворений. [Текст] / Карамзин Н. М. — Кн. 2. — Москва: в университетской типографии, у Ридигера и Клаудия, 1797 — С. 3-14
5. Клейн, И. При Екатерине. Труды по русской литературе XVIII века [Текст] / Клейн И. — Москва: Издательский Дом ЯСК, 2021 — 464 с.
6. Словарь русского языка [Текст] : в 4 т. / Акад. наук СССР, Ин-т рус. яз. ; [гл. ред. А. П. Евгеньева ; выполн. Л. П. Алекторовой и др.]. - Изд. 3-е, стер. - Москва : Русский язык, 1985-1988. Т. 4: С - Я. Т. 4. - 1988. - 795 с.
7. Сумароков, А. П. Избранные произведения [Текст] / Сумароков А. П. — 2-е изд.. — Ленинград: Советский писатель, 1957 — 583 с.
8. Тредиаковский, В. К. Избранные произведения [Текст] / Тредиаковский В. К. — 2-е изд.. — Ленинград: Советский писатель, 1963 — 577 с.
9. Фризман, Л. Г. Русская элегия XVIII – начала XX века [Текст] / Фризман Л. Г. — 3-е изд.. — Ленинград: Советский писатель, 1991 — 640 с.

EVOLUTION OF THE GENRE OF ELEGY IN RUSSIAN LITERATURE OF THE XIII CENTURY. (BASED ON THE WORKS OF A. P. SUMAROKOV AND N. M. KARAMZIN)

Annotation. This article considers the problem of the formation of the genre of elegy in the literature of the XVIII century. Special attention is paid to the works of A. P. Sumarokov and N. M. Karamzin, which predetermined the further development of the genre. On the basis of the conducted research the author emphasises the innovative character of elegies by A. P. Sumarokov and N. M. Karamzin.
Keywords: genre, elegy, elegiac word.

Yarema A. V.
Scientific adviser: Senchina L.T. Ph.D., associate professor
Donetsk State University
E-mail: nastya20-003@mail.ru

Зарубежная филология

УДК 811.112.2.161.1:81'37

СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ УСТОЙЧИВЫХ ВЫРАЖЕНИЙ С КОМПОНЕНТОМ-КОЛОРОНИМОМ В АНГЛИЙСКОМ И РУССКОМ ЯЗЫКАХ

Аллахвердян А.А.
Научный руководитель: Писарева В. В., канд. филол. наук, доцент
ФГБОУ ВО «ДонГУ»

Аннотация. В данной работе рассматривается структура и семантика фразеологических (ФЕ) единиц и паремий (ПЕ) с компонентом-колоронимом в английском и русском языках. Сформирован корпус фразеологических единиц и паремий с компонентом-колоронимом в сопоставляемых языках, проведен семантический и структурный анализ собранного материала, выделены 11 лексико-семантических групп и 9 структурных моделей устойчивых выражений в сопоставляемых языках. Выявлена специфика семантики и структуры у ФЕ и ПЕ с компонентом-колоронимом в сопоставляемых языках.
Ключевые слова: устойчивое выражение, фразеологическая единица, паремия, колороним, семантика, структура.

1. Введение. Данная статья посвящена изучению устойчивых выражений (фразеологических единиц и паремий) с компонентом-колоронимом в английском и русском языках.

Фразеологические единицы (далее – ФЕ) служат необходимым звеном в процессе изучения иностранного языка. Это связано с тем, что в процессе их применения исключается возможность использования дополнительных слов, речь становится более экспрессивной, происходит понимание национальной культуры страны изучаемого языка.

Английская и русская лингвокультуры считаются неисчерпаемыми источниками различного рода красочных по форме, содержащих в себе глубокий внутренний смысл, устойчивых языковых конструкций – фразеологических единиц и паремий. Фразеологизмы с компонентом-колоронимом ярко раскрывают выразительные возможности языка как способа отражения самосознания, культурно-исторического развития и эмоционального состояния народа.

Актуальность исследования определяется ростом межкультурных связей, а также необходимостью комплексного анализа фразеологизмов и условий, порождающих эквивалентность в сопоставляемых языках. Нерешенным и открытым остаётся вопрос о частотности употребления компонентов-колоронимов в структуре ФЕ и ПЕ, их роли и функциональной нагрузке в организации фразеологической картины мира сопоставляемых языков.

В качестве **объекта** исследования выступают фразеологические и паремийные единицы с компонентом-колоронимом в английском и русском языках.

Предметом исследования является структура и семантика устойчивых выражений с компонентом-колоронимом в английском и русском языках.

Цель статьи заключается в выявлении сходств и различий в семантике и структуре английских и русских устойчивых выражений, содержащих в своей структуре основные цветообозначения, в английском и русском языках.

Материалом исследования послужили 514 фразеологических единиц и паремий, включающих в свою структуру компонент-колороним в английском и русском и языках (314 ед. в английском языке и 200 ед. в русском языке). ФЕ и ПЕ были отобраны путём сплошной выборки из авторитетных лексикографических источников английского языка – «Longman Idioms Dictionary» [1], «Macmillan English Dictionary for Advanced Learners (International Student Edition)» [2], «English Idioms and How to Use Them» J. Seidl, J. W. McMordie [3], «Farlex Idioms and Slang Dictionary: The Most Complete Collection of Idioms and Slang in the English Language» [4]; русского языка – «Англо-русский фразеологический словарь» А.В. Кунина [5], «Словарь русских пословиц и поговорок» В. П. Жукова [6].

2. Некоторые ключевые понятия терминологического аппарата. По мнению А.В. Кунина, фразеологические единицы — это устойчивые сочетания лексем с полностью или частично переосмысленным значением [11, с.15].

Согласно классификации В. В. Виноградова [7, с. 89], выделяются следующие три типа фразеологических единиц: 1. фразеологические сращения, или идиомы – (1) англ. *baker's dozen* – <чертова дюжина>, (2) *by all that is blue* – <черт возьми>; 2. Фразеологические единства – (3) англ. *to turn over a new leaf* <начать новую жизнь>, (4) *to ride the high horse* – <высокомерно держаться, важничать>; 3. фразеологические сочетания – (5) англ. *to break a promise/ an agreement/ a rule* <нарушить обещание, соглашение, правило>, (6) *clench one's teeth/ fists* – <стиснуть зубы, сжать кулаки>.

Согласно определения Л. Б. Кацюбы, паремия есть «краткое образное устойчивое высказывание, синтаксически оформленное как простое или сложное предложение, отражающее обобщенную формально закрепленную ситуацию, возведенную в формулу, излагающее важную истину, наставление, правила или принципы поведения, нравственные законы, сформулированные на основе жизненного опыта» [8, с. 67].

Появление фразеологических единиц с компонентом-колоронимом напрямую сопряжено с формированием метафорических значений у цветонаименований, а на появление метафорических смыслов прилагательных-цветообозначений решающее влияние оказала символика цвета.

Цитируя В. П. Недельчо, «в символике народов цвета играют весьма немаловажную значимость. Различие зрительных их эффектов, откликающееся восприимчивым способом на настроении и расположении духа, бесспорное воздействие цветов на психологическую область человека, контрастность среди светлыми и темными цветами, насыщенность и энергичная активность красного цвета в сопоставление к слабости и неопределенности синего и фиолетового – все без исключения данные факторы, которыми человек пользовался с целью символизирования и фигурального оживления собственных созерцаний, чувств и взглядов» [9, с. 29].

Как объективно утверждает Н. Н. Амосова, «цвета представляют значительную роль в создании языковых картин мира, поскольку с каждым цветом у различных лингвокультурных общностей объединены конкретные ассоциации, эти либо другие цветовые предпочтения» [10, с. 61].

Источники возникновения фразеологизмов в нынешнем английском языке весьма многообразны: их можно разбить на две категории – исконно английские и заимствованные. Заимствованные разделяются на межъязыковые и внутриязыковые. Подобным способом возможно выделить три категории ФЕ:

– исконно английские фразеологические единицы;

– межъязыковые заимствования, то есть фразеологические единицы, взятые из нестранных языков посредством того либо иного вида перевода;

– внутриязыковые заимствования, то есть идиоматичные единицы, взятые из американского и иных вариантов английского языка [13, с. 59].

Основную массу употребляемых в настоящее время ФЕ русского языка составляют устойчивые сочетания слов исконно русского происхождения. Главным источником русской фразеологии считаются свободные словосочетания, которые, употребляясь в переносном смысле, перерастали во фразеологизмы.

Таким образом, широкое использование названий цвета в образовании ФЕ связано с переосмыслением самого понятия цвета, с его символическим содержанием. Отрываясь от реальных предметных связей, слова – цветообозначения становятся условными и отвлеченными, определяя самые разнообразные понятия. Разное «этновосприятие» и «социовосприятие» цвета людьми разных национальностей и социумов является специфическим фактором появления фразеологических лакунарных единиц с колоративным компонентом.

3. Семантические особенности английских и русских ФЕ и ПЕ с компонентом-колоронимом. Рассмотрим семантику ФЕ и ПЕ с компонентом-колоронимом в английском и русском языках.

В ходе исследования были выделены 11 лексико-семантических групп: ФЕ, обозначающие разные способы/образы действия (41 ед. в англ. яз. (13,02%), 23 ед. в рус. яз. (11,5%)); ФЕ с отрицательной оценочной характеристикой человека/предмета/события/места (64 ед. в англ. яз. (20,3%), 61 ед. в рус. яз. (30,5%)); ФЕ с нейтральной оценочной характеристикой человека и/предмета/события/места (74 ед. в англ. яз. (23,4%), 50 ед. в рус. яз. (25%)); ФЕ с положительной оценочной характеристикой человека/предмета/события/места (30 ед. в англ. яз. (9,5%), 23 ед. в рус. яз. (11,5%)); ФЕ со значением оценки определенного состояния человека (33 ед. в англ. яз. (10,4%), 9 ед. в рус. яз. (4,5%)); ФЕ, относящиеся к экономике/деньгам (14 ед. в англ. яз. (4,4%), 12 ед. в рус. яз. (6%)); ФЕ со значением болезни (3 ед. в англ. яз. (0,9%), 4 ед. в рус. яз. (2%)); ФЕ, относящиеся к церковным терминам (0 ед. в англ. яз. (0%), 4 ед. в рус. яз. (2%)); ФЕ, относящиеся к профессии/проф. деятельности (23 ед. в англ. яз. (7,3%), 5 ед. в рус. яз. (2,5%)); ФЕ с темпоральным значением (1 ед. в англ. яз. (0,3%), 3 ед. в рус. яз. (1,5%)); ФЕ, обозначающие исторические/политические реалии (24 ед. в англ. яз. (7,6%), 6 ед. в рус. яз. (3%)).

3.1. Наиболее частотным фразообразующим колоративом в сопоставляемых языках является чёрный цвет – 92 ед. (в английском языке – 43 ед., в русском языке – 49 ед.). Сопоставительный анализ фразеотематических групп с колоративным компонентом *black/ черный* в английских и русских фразеологизмах показал, что в английском языке вышеупомянутые фразеологизмы входят в 7 лексико-семантических групп, тогда как фразеологические единицы русского языка – в 10 ЛСГ. Большая часть ФЕ с данным компонентом входит в ЛСГ *«ФЕ с отрицательной оценочной характеристикой человека/предмета/события/места»:* (13 ед. в английском языке, 29 ед. в русском языке). В английской идиоматике черный цвет также, главным образом, выступает символом несчастья: (7) англ. *black spot* – <опасное место на дороге>*;* (8) *to give smb a black look* – <не по-доброму посмотреть на кого-либо>. В русской культуре данный цвет почти повсеместно предстает как цвет негативных сил и печальных событий, отсюда и большое количество фразеологизмов с негативной коннотацией: (9) рус. *чёрная работа* – трудная, грязная работа; (10) рус. *чёрная душа* – <коварный человек, способный на низкие поступки> и т.д.

3.3. Вторым по частотности фразообразующим колоративом в сопоставляемых языках является красный цвет – 82 ед. (в английском языке – 55 ед., в русском языке – 27 ед.). Сопоставительный анализ фразеотематических групп с колоративным компонентом *red/красный* в английских и русских фразеологизмах показал, что в английском языке вышеупомянутые фразеологизмы входят в 9 лексико-семантических

групп, тогда как фразеологические единицы русского языка – в 6 ЛСГ. Большая часть ФЕ с данным компонентом входит в ЛСГ *«ФЕ с отрицательной оценочной характеристикой человека/предмета/события/места»:* (14 ед. в английском языке, 4 ед. в русском языке). В английской культуре красный может символизировать как красоту, радость и любовь, так и агрессию, злобу и опасность: (11) англ. *to see red* – <проявлять неконтролируемую ярость по отношению к кому-либо или чему-либо>; (12) *a red flag* букв. <сигнал о том, что что-то не работает должным образом или работает неправильно>. В русской культуре данный цвет почти предстает как символ опасности, запрета, злости: (13) рус. *Красный свет* – <символ запрета проезда на светофоре>; (14) рус. *как красная тряпка для быка – <что-то раздражающее>* и т.д.

3.4. Третьим по частотности фразообразующим колоративом в сопоставляемых языках является белый цвет – 79 ед. (в английском языке – 42 ед., в русском языке – 37 ед.). Сопоставительный анализ фразеотематических групп с колоративным компонентом *white/белый* в русских и английских фразеологизмах показал, что в английском языке вышеупомянутые фразеологизмы входят в 9 лексико-семантических групп, тогда как фразеологические единицы русского языка – в 10 ЛСГ. Большая часть ФЕ с данным компонентом входит в ЛСГ *«ФЕ с нейтральной оценочной характеристикой человека/предмета/события/места»:* (9 ед. в английском языке, 11 ед. в русском языке). Белый цвет в английской языковой картине мира часто ассоциируется с честностью, добродетелью, добром, радостью: (15) англ. *a white lie* букв. <«маленькая» или «безобидная» ложь, сказанная, чтобы быть вежливым и не задеть чьих-то чувств, или сделать что-то, что не является серьезным проступком>. Белый цвет является в русской культуре традиционным и уважаемым цветом, чрезвычайно символически насыщенным [12]. Наряду с значением света, неба, чистоты белый цвет может подразумевать свободу, волю и независимость: (16) рус. *белый и пушистый* – <иронично-шутливое утверждение о невинности кого-либо>; (17) рус. *Белый свет* – <Окружающий мир; земля со всем, что существует на ней.> и т.д.

4. Структурные особенности английских и русских ФЕ и ПЕ с компонентом-колоронимом. Данная классификация основана на структурно-семантическом подходе А. В. Кунина, согласно которому фразеологические единицы (ФЕ) подразделяются на классы в зависимости от их коммуникативной функции [11, с. 115]

Рассмотрим структуру ФЕ и ПЕ с компонентом-колоронимом в английском и русском языках.

В ходе исследования были выделены 9 структурных моделей ФЕ: 1) субстантивные ФЕ (англ. яз. – 154 ед. (49,04%), рус. яз. – 135 ед. (67,5%)); 2) адъективные ФЕ (англ. яз. – 38 ед. (12,1%), рус. яз. – 6 ед. (3%)); 3) адвербиальные ФЕ (англ. яз. – 10 ед. (3,1%), рус. яз. – 2 ед. (1%)); 4) предложные ФЕ (англ. яз. – 1 ед. (0,3%), рус. яз. – 1 ед. (1%)); 5) глагольные ФЕ (англ. яз. – 95 ед.(30,2%), рус. яз. – 30 ед. (15%)), 6) междометные ФЕ (англ. яз. – 5 ед. (1,5%), рус. яз. – 5 ед. (2,5%)); 7) пословицы (англ. яз. – 7 ед. (2,2%), рус. яз. – 1 ед. (1%)); 8) поговорки (англ. яз. – 5 ед. (1,5%), рус. яз. – 13 ед. (6,5%)); 9) модальные ФЕ немеждометного характера (англ. яз. – 1 ед. (0,3%), рус. яз. – 0 ед.).

4.1. Наиболее распространенной структурной моделью являются *субстантивные ФЕ* (154 ед. англ. яз. и 135 ед. рус. яз.). Субстантивные ФЕ представляют собой устойчивые словосочетания или сложные именные конструкции, которые называют конкретные или абстрактные объекты. Они широко используются в языке и имеют устойчивую закрепленную внутреннюю форму. Эта группа фразеологизмов охватывает различные категории: социальные и политические явления – (17) англ. *red tape* – бюрократия, (18) рус. *синие мундиры* – жандармы (полицейские) в России позапрошлого века; природные символы – (19) англ. *green belt* – зелёная зона, (20) рус. *зелёный пожар*

– наступление весны, цветение; абстрактные категории – (21) англ. *black mood* – мрачное настроение, (22) рус. *красное словцо* – остроумное выражение.

4.2. На втором месте по частотности находятся *глагольные ФЕ* (95 ед. англ. яз. и 30 ед. рус. яз.). Глагольные ФЕ представляют собой устойчивые сочетания, содержащие глагол в различных формах. Они могут выражать: физические действия – (23) англ. *to roll out the red carpet* – оказывать торжественный приём, (24) рус. *работать по-белому* – честно трудиться; эмоциональные состояния – (25) англ. *to see red* – разозлиться, (26) рус. *покраснеть как рак* – смутиться, засмущаться; социальные и экономические процессы – (27) англ. *to be in the black* – быть в плюсе, иметь прибыль.

5. Выводы. В ходе исследования были проанализированы 514 устойчивых выражений, из них 314 ФЕ и ПЕ в английском языке и 200 ФЕ и ПЕ в русском языке.

5.1. Чёрный цвет преобладает в русских фразеологизмах, придавая им преимущественно негативную коннотацию, в то время как в английском языке его употребление более разнообразно, включая и положительные ассоциации. Красный цвет в фразеологии обоих языков амбивалентен, и может символизировать как невежество и стыд в английском языке, так и положительные характеристики в русском языке.

5.2. Наименее частотные колоронимы – фиолетовый и коричневый цвета – представлены всего одной фразеологической единицей в каждом языке, что подчеркивает их ограниченное употребление. К наименее частотным цветам во фразеологии обоих языков также относятся *розовый / pink* (17 ед. в английском языке, 5 ед. в русском языке), *желтый / yellow* (17 ед. в английском языке, 10 ед. в русском языке), *серебряный / silver* (10 ед. в английском языке, 5 ед. в русском языке) и *оранжевый / orange* (4 ед. в английском языке, 4 ед. в русском языке).

5.3. В результате исследования были выделены 11 лексико-семантических групп, наиболее частотной из которых является группа «ФЕ с отрицательной оценочной характеристикой человека/предмета/события/места». Данная группа включает в себя 64 ед. английского языка, что составляет 20,3% от количества отобранных ед. английского языка (314), и 61 ед. русского языка, что составляет 30,5% от количества отобранных ед. русского языка (200). В представленной группе наиболее частотным колоронимом в русском языке является *чёрный,* в английском языке – *красный/red* (14 ед.).

5.4. Наименее продуктивной является группа «ФЕ с темпоральным значением», в которую входит 1 ед. (28) англ. *once in a blue moon* букв. ‘однажды при синей луне’ <to occur extremely rarely, or only once in a lifetime> ‘происходить крайне редко или только один раз в жизни’ и 3 ед. (29) рус. яз. *средь бела дня* – ‘днем, т.е. когда светло’ и т.д.

5.5. Анализ ЛСГ фразеологизмов с колоративным компонентом показал, что исследуемые ФЕ и ПЕ представляют собой антропоцентричные образования, отражающие мнение человека о цвете и окрашиваемых им предметах и явлениях. Вместе с тем фразеологизмы с компонентом-колоративом несут в себе и большую аксиологическую нагрузку, отражая и выражая положительные и отрицательные оценочные характеристики.

5.6. В результате исследования также были выделены 9 структурных моделей образования фразеологизмов, наиболее продуктивной из которых является модель «субстантивные ФЕ» («имя прилагательное + имя существительное»). Данная модель включает в себя 154 ед. английского языка, что составляет 49,04% от количества отобранных ед. английского языка (314 ед.), и 135 ед. русского языка, что составляет 67,5% от количества отобранных ед. русского языка (200 ед.). В представленной модели устойчивых выражений наиболее частотным колоронимом в русском языке является чёрный, в английском языке – *blue* и *white* (14 ед.).

5.7. Наименьшей по продуктивности структурной моделью стала группа «модальные ФЕ немеждометного характера». Данная модель включает в себя 1 ед.

английского языка: (29) англ. *sure as God made little green apples* букв. <абсолютно уверенный>.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Longman Idioms Dictionary / Pearson Education Limited. – Addison Wesley Longman Limited., 1998. – 297 p.
2. Macmillan English Dictionary for Advanced Learners international student edition [Текст], 2002. – 372 p.
3. Seidl, J., McMordie, W. English Idioms and How to Use Them / J. Seidl, W. McMordie// Moscow, 1983. - 155 p.
4. Farlex Idioms and Slang Dictionary: The Most Complete Collection of Idioms and Slang in the English Language – Farlex International, 2017. – 472 p.
5. Кунин, А. В. Англо-русский фразеологический словарь. /А. В. Кунин// – М.: Русский язык, 1984
6. Жуков В. П. Словарь русских пословиц и поговорок. /В. П. Жуков//М.: Русский язык – Медиа, 2014. 656 с.
7. Виноградов, В.В. Об основных типах фразеологических единиц в русском языке / В.В. Виноградов. Лексикология и лексикография: Избр. Тр. — М. : Наука, 1986. – 312 с.
8. Кацюба, Л. Б. Определение паремии (лингвистический аспект дефиниции) /Л. Б. Кацюба// Вестник ЮУрГУ. Серия: Лингвистика. 2013. № 1. – С. 65–67.
9. Недельчо Е. В. Структурно-семантическая характеристика русских паремий с компонентами цвето- и светообозначений /Е. В. Недельчо//: Автореф. дис. канд. филол. наук / Е.В. Недельчо. – Кострома, 2000. – 29 с.
10. Амосова, Н. Н. Слово и контекст. – В кн.: Очерки по лексикологии, фразеологии и стилистике/Н. Н. Амосова// Л., 1958, Учен. зап. ЛГУ им. Жданова, № 243, вып. 42. – 183 с.
11. Кунин, А. В. Фразеология современного английского языка. /А. В. Кунин// – М.: Международные отношения, 1972. – 288 с.
12. Решетникова Е. А. Национально-культурный компонент семантики цветообозначений в руском и английском языках (в диахронии): Дис. . канд. филол. наук / Е.А. Решетникова//. Саратов, 2001.
13. Gumperz, J. J., Levinson, S. C. (1996). Rethinking Linguistic Relativity: Studies in the social and cultural foundations of language. /J. Gumperz, S. Levinson//Cambridge: CUP.

STRUCTURAL-SEMANTIC FEATURES OF PHRASEOLOGICAL AND PAROEMIA UNITS WITH A COMPONENT “COLOUR” IN ENGLISH AND RUSSIAN LANGUAGES

Annotation: This paper deals with the structure and semantics of phraseological and paroemia units with the component denoting colour in English and Russian languages. The corpus of phraseological and paroemia units with the component denoting colour in the compared languages has been formed, semantic and structural analysis of the collected material has been carried out and 11 lexico-semantic groups and 9 structural models have been singled out. The specific features of meanings and structure in phraseological and paroemia units with the colour-component in the compared languages have been established.
Keywords: set phrase, phraseological unit, paroemia, colour-component, semantics, structure.

Allakhverdyan A.A.
Scientific adviser: Pisareva V.V. Ph.D. of Philological Sciences, Associate Professor
Donetsk State University
E-mail: allahverdyan19@mail.ru

УДК 811.112.22

ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИЕ ЕДИНИЦЫ С ЧИСЛОВЫМ КОМПОНЕНТОМ В НЕМЕЦКОМ ЯЗЫКЕ

Аргатюк А.О.
Научный руководитель: Ус Ю.Н., канд.филол.наук, доцент
ФГБОУ ВО «ДОНГУ»

Аннотация. Статья посвящена изучению фразеологических единиц с числовым компонентом немецкого языка. Для анализа были использованы фразеологические словари, в которых было выделено несколько групп фразеологизмов в зависимости от используемого числа. В результате исследования было выявлено, что в немецкой фразеологии присутствует большое количество числовых компонентов, преимущественно числа "один", "три", "семь" и "два", которые отражают национально-культурную окраску и символику менталитета немецкоязычных людей. Также необходимо отметить, что в большинстве случаев числовые компоненты в фразеологизмах отражают количественное значение.
Ключевые слова: фразеологизмы, числовой компонент, национально-культурная окраска, символика, культура

Введение. Ученые рассматривают структуру, семантику и символику фразеологии в разных языках, однако некоторые семантико-тематические группы, в частности, немецкие фразеологизмы с числовым компонентом, на сегодняшний день являются малоисследованными (см., например, работы У. Баркарь, С. Чернега [1], И. П. Кудрявцева [4], А. Е. Гусева, В. С. Филинова [3] и др.).

Объектом исследования являются немецкие фразеологизмы, содержащие в своем составе числовой компонент, а **предметом** – структурно-семантические особенности ФЕ с числовым компонентом.

Цель работы – проанализировать фразеологизмы с числовым компонентом в немецком языке.

Материалом исследования послужили фразеологические единицы в немецком языке, имеющие в своем составе числовой компонент, извлеченные путём сплошной выборки из словарей немецкой фразеологии «Немецко-русский фразеологический словарь» Л.Э. Биновича [2] и «Duden Band 11. Redewendungen. Wörterbuch der deutschen Idiomatik» [5]. Общий объем выборки данных ФЕ в немецком языке составил 77 единиц.

Основная часть. Фразеологизм – это воспроизводимая в готовом виде раздельнооформленная языковая единица, фиксированная по своему значению, составу и структуре. Числовой компонент – это слово, имеющее прямое или косвенное отношение к числу. Фразеологизмы, содержащие в своем составе числовой компонент, отличаются большим тематическим разнообразием, частым сохранением количественного значения, а также отражением символов немецкой культуры и разной сочетаемостью с эквивалентными фразеологизмами в русском языке с совпадающими или несовпадающими образами.

В результате сплошной выборки выделено 77 фразеологизмов с числовым компонентом.

Выборка представлена следующим образом:

В 18 фразеологизмах немецкого языка используется числовой компонент «один»: *in einem fort* - ‘непрерывно, беспрестанно’; *einer ist keiner* - ‘один в поле не воин’.

По восемь фразеологизмов немецкого языка содержат числовые компоненты «три» (*dreimal darfst du raten!* - ‘угадай с трех раз!’; *der Dritte im Bunde* - ‘Бог троицу любит’) и «семь» (*halb sieben sein* - ‘быть под хмельком’; *in sieben Sprachen schweigen* - ‘ирон. как воды в рот набрать’).

В семи фразеологизмах используются числовые компоненты с количественным значением «два»: *dazu gehoren zwei* - ‘здесь необходимо обоюдное согласие’; *wie kein Zweiter* - ‘как никто другой’.

Шесть фразеологизмом содержат в своем составе число «пять»: *bis fünf Minuten nach zwölf Uhr* - ‘до самого последнего момента’.

По четыре фразеологизма имеют в своем составе числа «ноль» (*null und nichtig* - ‘не имеющий юридической силы, утративший силу’) и «двенадцать» (*in zwölfter Stunde* - ‘в самый последний момент’).

По три примера выделено в группе фразеологизмов с числовыми компонентами «восемь» (*acht Tage* - ‘неделя’), «100» (*jmdn. auf hundert/hundertachtzig o. ä. Bringen* - ‘разъярить кого-либо’) и «девять» (*ach, du grüne Neune!* - ‘ Вот тебе и раз!’). Также в трех примерах выделены фразеологизмы, в которых используется сразу два числовых компонента: *vom Hundertsten ins Tausendste kommen* - ‘перескакивать с пятого на десятое’; *j-m mit fünf in die Zehn* - ‘груб. съездить по физиономии кому-либо’.

Числовые компоненты «десять» (*j-m die Zehn Gebote hinter die Ohren schreiben* - ‘груб. дать по уху кому-либо’), «четыре» (*alle viere von sich strecken* - ‘вытянуть ноги, растянуться’), «тысяча» (*in die Tausende gehen* - ‘исчисляться тысячами’), «одиннадцать» (*das elfte Gebot: laß dich nicht erwischen* - ‘шутл. одиннадцатая заповедь: не попадайся’) отмечены по два раза в немецкой фразеологии.

Только единожды отмечено функционирование числового компонента «шесть» в немецкой фразеологии: *einen sechsten Sinn [für etw.] haben* - ‘обладать шестым чувством’.

Следует отметить национально-культурную окраску немецких фразеологизмов с числовым компонентом. Так, только небольшая часть фразеологизмов немецкого языка имеют эквиваленты в русском языке, схожие как по числовому компоненту, так и по структуре и семантике фразеологизма. Такие фразеологизмы можно считать интернациональными. Например: *der Dritte im Bunde* – ‘Бог троицу любит’; *die Dritte Welt* – ‘страны третьего мира’*; mit Siebenmeilenstiefeln gehen* – ‘идти семимильными шагами’; *wie im sieb[en]ten Himmel* – ‘быть на седьмом небе’.

В некоторых фразеологизмах немецкого и русского языков совпадают числовые компоненты, но меняется структура или семантика. Например: *einer ist keiner* – ‘один в поле не воин’; *vom Hundertsten ins Tausendste kommen* – ‘перескакивать с пятого на десятое’.

В отдельных случаях встречается смена числового компонента в русском фразеологизме: *alle neune!* – ‘все до одного!’; *ach, du grüne Neune!* – ‘Вот тебе и раз!’; *in null Komma nichts* – ‘в два счета’.

Некоторые немецкие фразеологизмы, содержащие в своем составе числовой компонент, имеют аналог в русском языке, не содержащий числового компонента: *erst noch* – ‘утро вечера мудренее’; *gleich null sein* – ‘как от козла молока’.

Многие немецкие фразеологизмы с числовым компонентом не имеют аналогов в русском языке. В словарях им предлагается только описательный перевод. Например: *nicht bis drei zählen können* – ‘быть полным невеждой, ничего не смыслить’.

Особо интересно рассмотрение семантики числительных в немецких фразеологизмах, поскольку числовой компонент может использоваться в фразеологии как в своем основном количественном значении, так и отражать подсмыслы и символы немецкой лингвокультуры.

Фразеологизмы с числовым компонентом «один» чаще всего имеют собственно количественное значение. Например: *eines schickt sich nicht für alle* – ‘что пригодно одному, не годится другому; каждому свое’. В данном фразеологизме числовой компонент ein имеет значение «один человек».

Усиление значения единичности происходит в фразеологизмах, в которых отражает что-то одно как наиболее важное и ценное. Например: *mein ein und alles* – ‘мое самое дорогое, единственная и неповторимая’.

Числительное «один» также отражает единство, единение людей. Например: *einer ist keiner* – ‘один в поле не воин’; *ein und dasselbe* – ‘одно и то же’; *mit jmdm. eins sein/werden* – ‘жить в согласии’.

Порядковое числительное erst отражает, как правило, семантику счета и олицетворяет важность первого человека, дела и т.п. Например: *für erste* – ‘первым делом’; *der erste beste* – ‘первый встречный’; *erst noch* – ‘утро вечера мудренее’.

Числительное «два» имеет в фразеологизмах немецкого языка, как правило, количественное значение. Однако и такие фразеологизмы имеют особую символику. Так, числительное «два» отражает раздвоенность, отсутствие единства. Например: *wenn zwei dasselbe tun, so ist es nicht dasselbe* – ‘если двое делают одно и то же, это не одно и то же’; *dazu gehoren zwei* – ‘здесь необходимо обоюдное согласие’.

Числительное «два» в немецкой фразеологии также отражает значение усиленного действия, если в нем принимают участие двое. Например: für zwei – за двоих (работать).

Числительное «три», прежде всего, отражает связь с религиозным пониманием мира. Например: *der Dritte im Bunde* – ‘Бог троицу любит’. Однако такая семантика не является единственной у данного числового компонента.

Так, нами выделены фразеологизмы с числительным «три», которые отражают значение простоты какого-либо действия. Например: *nicht bis drei zählen können (*буквально: не уметь сосчитать до трех) – ‘быть полным невеждой’, ‘ничего не смыслить’; *dreimal darfst du raten!* – ‘угадай с трех раз!’.

Отличительной семантической особенностью числительного «три» является противопоставление двум союзникам. Например: *die Dritte Welt* – ‘страны третьего мира’. Данный фразеологизм появился в политологии, чтобы обозначать независимые страны, не принимавшие прямого участия в Холодной войне. *Der lachende Dritte* – ‘смеющийся третий’. Этим фразеологизмом называют в немецкой лингвокультуре третье лицо, которое извлекает выгоду из борьбы двух противников.

Числительное «четыре» используется в немецких фразеологизмах нечасто, при этом отражает единственное количественное значение: конечности человека (т.е. руки и ноги). Например: *alle viere von sich strecken* – ‘вытянуть ноги, растянуться’; *auf allen vieren* – ‘на четырех конечностях’.

Числительное «пять» имеет отличительную семантику в немецких фразеологизмах. Оно связано с излишеством, ненужностью, дополнением существующих явлений. Например: *das fünfte Rad am Wagen sein* – ‘быть пятой спицей в колеснице, быть пятым колесом в телеге (излишество числительного связано с наличием четырех колес в телеге)’.

Числительное «шесть» выявлено только в одном фразеологизме: *einen sechsten Sinn [für etw.] haben* – ‘обладать шестым чувством’. Данный числовой компонент здесь отражает сверхспособности человека.

Числительное «семь», аналогично числительному «три», издревле имеет сакральное значение. Фразеологизмы с данным числовым компонентом, соответственно, отражают религиозную семантику: *sieben fette Jahre / sieben magere Jahre* - ‘семь лет изобилия’; *bis ins siebte Glied* – ‘до седьмого колена’.

В собственно количественном значении числительное «семь» обладает семантикой большого количества: *in sieben Sprachen schweigen* (буквально: молчать на семи языках) – ‘как воды в рот набрать’; *mit Siebenmeilenstiefeln gehen* – ‘идти семимильными шагами’.

Число «восемь» отражает в немецкой фразеологии, прежде всего, собственное количественно значение: *acht Tage* – ‘неделя, будущее’. Также число «восемь»

ассоциируется с особой формой, на основе чего в немецком языке появился фразеологизм *eine Achte bauen* – ‘сделать восьмерку (погнуть колесо на велосипеде)’.

Число «девять» отражает предел цифровой серии, возвращение к единице. По этой причине в некоторых фразеологизмах немецкого языка этот числовой компонент символизирует максимум возможного, предел. Например: *alle neune!* – ‘всё! готово! все до одного!’. Данный фразеологизм основывается на игре в кегли, и в прямом значении используется тогда, когда сбиты все девять кеглей.

Числовой компонент «десять» в фразеологизмах неоднозначен в своей семантике. Он может отражать количество объектов: j-*m die Zehn Gebote hinter die Ohren schreiben* – ‘груб. дать по уху кому-либо (здесь буквально говорится о десяти заповедях)’; *das kann der Zehnte nicht vertragen* – ‘не каждый это выдержит, стерпит (здесь буквально говорится о десятерых обидчиках или сложных проблемах)’.

Число «одиннадцать» употребляется в двух фразеологизмах, в которых имеет изначально числовое значение. Например: *elf zu werfen* – ‘данный фразеологизм сегодня имеет значение «полной неудачи»’, которое основано на игре в кости, в которой одиннадцать очков означало либо самый удачный, либо самый неудачный бросок, при этом переносным значением стало последнее.

Число «двенадцать» в немецком языке обычно отражает характеристику временного исчисления: *in zwölfter Stunde* (буквально: в двенадцатый час) – ‘в самый последний момент’. Числовым компонентом «двенадцать» в немецкой фразеологии также обозначается религиозное понятие: *die Zwölf Nächte* – ‘святки’.

Число «сто» в немецкой фразеологии отражает количественное значение и имеет семантику большого количества чего-либо. Например: *vom Hundertsten ins Tausendste kommen* –‘перескакивать с пятого на десятое’.

Число «тысяча» обладает аналогичным значением большого количества: *in die Tausende gehen* – ‘исчисляться тысячами’; *ei der Tausend!* – ‘бран. тысяча чертей!’.

Что касается числа «ноль», в фразеологизмах немецкого языка оно отражает преимущественно символику пустого места: *null und nichtig* – ‘не имеющий юридической силы, утративший силу’; *gleich null sein (*буквально: быть полным нулем) – ‘как от козла молока’; *null Komma nichts* – ‘ноль целых шиш десятых’.

Заключение. В результате исследования можно сделать следующие выводы:

1. В немецкой фразеологии большое разнообразие числовых компонентов с доминирующем положением чисел «один», «три», «семь» и «два».
2. Фразеологические единицы с числовым компонентом часто имеют национально-культурную окраску.
3. В большинстве случаев числовые компоненты в ФЕ представлены количественными числительными.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Баркарь У., Чернега С. Полисемия числительного “один” в немецких, английских и украинских фразеологизмах // Europeanjournalofliteratureandlinguistics. – 2020. – № 3. – С. 3-7.

2. Бинович Л.Э. Немецко-русский фразеологический словарь. – М.: Аквариум, 1995. – 768 с.

3. Гусева А.Е., Филинова В.С. Синонимия и вариативность нумеративных фразеологических единиц в русском и немецком языках // Актуальные вопросы современной лингвистики: материалы VII региональной научно-практической конференции (с международным участием). – М., 2020. – С. 141-146.

4. Кудрявцева И.П. Изучение семантики числа в составе фразеологической единицы // Вестник Курганского государственного университета. – 2019. – № 1 (52). – С. 124-127.

5. Duden Band 11. Redewendungen. Wörterbuch der deutschen Idiomatik. –Berlin: Dudenverlag, 2013. – 929 S. – Режим доступа: https://h.fimsschools.com/duden-band-11-redewendungen-und-sprichwortliche/

PHRASEOLOGICAL UNITS WITH A NUMERICAL COMPONENT IN THE GERMAN LANGUAGE

Annotation. The article is devoted to the study of phraseological units with a numerical component in the German language. Phraseological dictionaries were used for the analysis, in which several groups of phraseological units were identified depending on the number used. As a result of the study, it was revealed that German phraseology contains a large number of numerical components, mainly the numbers "one", "three", "seven" and "two", which reflect the national and cultural coloring and symbolism of the mentality of German-speaking people. It should also be noted that in most cases, the numerical components in phraseological units reflect the quantitative value.
Keywords: phraseological units, numerical component, national and cultural coloring, symbolism, culture

Argatyuk A.O.
Scientific adviser: Us Yu.N. PhD in Philology
Donetsk State University
E-mail: n.argatyuk04@mail.ru

УДК 82.091 Блейк

СТИХОТВОРЕНИЕ У. БЛЕЙКА “A POISON TREE” В РУССКИХ ПЕРЕВОДАХ

Афонькина А. С.
Научный руководитель: Матвиенко О. В., канд.филол.наук, доцент
ФГБОУ ВО «ДонГУ»

Аннотация. В статье проводится анализ оригинала стихотворения английского поэта-романтика У. Блейка «A Poison Tree» в сопоставлении с русскими переводами. Соответственно поставленным целям и задачам рассмотрена поэтика стихотворения; собраны сведения о переводчиках данного стихотворения; проведен комплексный лингвостилистический и поэтологический анализ найденных переводов в хронологической последовательности. Полученные результаты могут быть использованы в научно- исследовательской работе студентов – при написании рефератов, выпускных квалификационных работ, творческих работ по лингвистике.
Ключевые слова: стихотворение «A Poison Tree», У. Блейк, романтизм, лирика, перевод/интерпретация, поэтика, лингвостилистика.

Предтеча английского романтизма Уильям Блейк (1757-1827) не получил широкой известности при жизни: ценили и приобретали его произведения в основном друзья, которые ценили его как человека, но не как гения. Британии и миру его открыли прерафаэлиты, а в России он стал по-настоящему известным уже в XX веке. Тем насущнее необходимость осмыслить и проанализировать его творческое наследие, в т.ч. и в переводоведческуом аспекте.

Объектом исследования является текст стихотворения Уильяма Блейка «A Poison Tree», а также его русские прочтения. Предметом данной работы является поэтика и авторский стиль раннего английского романтика и его воссоздание в русским версиях «A Poison Tree».

Цель данной работы — проанализировать оригинал стихотворения У. Блейка «A Poison Tree» в сопоставлении с существующими русскими переводами.

Цель работы предполагает решение следующих задач: выяснить историю написания стихотворения; проанализировать его поэтику; собрать сведения о переводчиках данного стихотворения; провести комплексный лингвостилистический и поэтологический анализ найденных переводов в хронологической последовательности.

Для решения поставленных задач были использованы следующие методы: биографический (элементы), сравнительно-исторический, герменевтический, формальный метод, компаративистика, техника «пристального (закрытого) чтения» (close reading) и статистические выкладки.

Практическая значимость данной работы заключается в том, что сделанные в ней выводы могут найти применение как в дальнейших исследованиях на эту тему, так и в работе переводчика–практика.

Лингвостилистический анализ стихотворения «A Poison Tree»

«A Poison Tree» («Ядовитое дерево») – это стихотворение Уильяма Блейка было опубликовано в 1794 г. как часть его сборника «Песни Опыта». Поэт описывает подавленное чувство гнева лирического героя по отношению к врагу, что в финале приводит к убийству недруга. Стихотворение исследует проблему гнева, мести и в целом падшего состояния человечества [1, с. 21].

I was angry with my friend;
I told my wrath, my wrath did end.
I was angry with my foe:
I told it not, my wrath did grow.

And I watered it in fears,
And it grew both day and night,
Till it bore an apple bright.
And my foe beheld it shine,
And he knew that it was mine.

And into my garden stole,

Night and morning with my tears:
And I sunned it with smiles,
And with soft deceitful wiles.

When the night had veiled the pole;
In the morning glad I see
My foe outstretched beneath
the tree [8, с. 21]

Вот некоторые ключевые стилистические особенности этого стихотворения. Стихотворение написано *простым языком*, по лексике и ритмике оно напоминает детскую песенку. Текст построен на *развернутой метафоре*: гнев – это древо зла, выросшее на погибель врагу. Злость на друга – дело преходящее, она проходит быстро. А вот злость на врага герой лелеет, превращает в гнев – и взащивает из него целое дерево, настолько ядовитое, что враг непременно отравится его плодом. Метафора подкрепляется *аллегорией*: “And I watered it in fears”, показывающей, как опасно подавлять чувства и к какой вспышке негатива и насилия это может привести.

Форма и рифма: стихотворение состоит из четырех катренов, каждый из которых зарифмован попарно AABB. Метр стихотворения – четырехстопный хорей [5, с. 34]. В оригинале наблюдаем параллельную рифму и анакрузы (окказиональные дополнительные слоги во второй, четвертой и последней строке). В стихотворении использованы анафора и синтаксический параллелизм: «I was angry with my friend;/I was angry with my foe» для усиления эмоционального эффекта.

Это небольшое. Но мощное стихотворение о том, как гнев может превратиться в нечто гораздо более смертоносное и коварное, если его не выразить искренне. Недруг похитил яблоко и вторгся в мир лирического героя – он ‘украл’ в его саду), но обманулся, думая, что смертельное и ядовитое (гнев лирического героя) может быть приятным на вкус (яблоко). Другими словами, и лирический герой, и его враг введены в заблуждение: первый — потому что догадывается о низости своих поступков, а враг — потому что не осознавал, что украденное им яблоко отравлено.

Яблоко олицетворяет человеческую вражду и негодование; это также символ земных желаний или потворства этим желаниям. Предупреждение не вкушать запретный плод исходило, таким образом, из уст высшего существа как предостережение от главенства материальных желаний [14, с. 125]. По мнению С. Ожегова, «в западной христианской традиции на основании схожести латинских слов «malum» («зло») и «mālum» («яблоко») Древо познания изображается яблоней, что имеет аналогию в греческой мифологии – историю о яблоке раздора» [9, с. 20].

В яблоке заметнее всего христианская символика. Это яблоко растет на ядовитом дереве Блейка и враг лирического героя похищает яблоко, — эти детали сразу вызывают в воображении библейскую историю об Адаме и Еве, которых обманным путем убедили съесть плод с запретного Древа Познания. Сатана под видом змея уговаривает Еву съесть плод, который изображен в виде яблока, как в стихотворении Блейка. Грехопадение Адама и Евы, конечно же, происходит в Эдемском саду. Эдемский «сад» Блейка – это место, где враг встречает свою смерть. Эти параллели поднимают притчу Блейка о подавленном гневе и мести до библейских высот [6, с. 53]. Строка «And he knew that it was mine» (досл. «И он знал, что это мое») [2, с. 21] звучит с горькой иронией, потому что на самом деле и враг, и лирический герой не понимают, что отравленное яблоко заразило их обоих и принадлежит им совместно. Их взаимная ненависть развратила их обоих.

«И я поливал его в страхах,/Ночью и утром слезами:/И улыбками я его освещал, /И мягкими обманными хитростями.» (подстрочник мой. – А.А.) Одна из возможных интерпретаций этой метафоры такова: Блейк говорит, что подавление справедливого гнева вынуждает нас строить козни, искать окольные пути поквитаться с врагами и – сознательно или бессознательно – в конечном итоге расставлять ловушки для врагов, чтобы уничтожить их.

Аллегорическая деталь— лирический герой "озарял" свое деревце улыбками — подразумевает, что двуличие и ненависть под маской дружелюбия по отношению к врагам ускоряют внутренние процессы в нашей душе. Выплескивать гнев – чувство того, что с нами поступили несправедливо – в землю (подразумевая подавление или даже репрессии), подобно поливу почвы, – это значит вызвать еще большее негодование, а не устранить или вылечить боль, которую мы чувствуем. Только вынося такую боль наружу и сталкиваясь с ней лицом к лицу, мы можем надеяться излечиться от нее. Другими словами, Блейк не осуждает гнев и ненависть сами по себе, как неизменно саморазрушительные переживания: иногда правильно ненавидеть вещи, которые, кажется, оскорбляют наши нравственные чувства. Осуждать можно лишь когда они искажаются, приводят к (само)обману и в результате к нравственной деградации. Заметно, что блейковское отношение к негативным чувством далеко от проповеди христианского смирения.

Стихотворение вызывает ассоциации со знаменитым пушкинским шедевром «Анчар» (1828). Вероятнее всего, русский классик был совершенно незнаком с творчеством У.Блейка, но образная перекличка явно обнаруживается. Слово *анчар*, как свидетельствуют этимологические словари, заимствовано в XIX в. из голландского языка. Голландское *antiar* восходит к малайскому *Antiar*. А в сноске к названию своего стихотворения Пушкин объясняет: «Анчар – древо яда». Таким образом, Пушкин “подсказывает” возможный перевод заглавия блейковского стихотворения “A Poison Tree”: «Древо яда»/«Анчар».

Известно, что дерево – это один из центральных символов мировой культуры. Подобно другим растительным формам, оно связывается с плодородием, процветанием, изобилием, однако прежде всего является олицетворением жизни и соотносится с идеей мироздания, с человеком, с человеческим родом. Природа и дерево (древо) должны быть едины. Но Анчар – древо смерти; так у этого образа–символа возникает оксюморонное в культурном понимании значение. Образ пушкинского Анчара буквально пропитан отравой: и зелень, и корни его напоены ядом, яд каплет сквозь кору и застывает смолой, дождь под его сенью становится ядовитым, посланный к Анчару за ядом человек умирает. Царь же, пославший слугу за ядом, «тем ядом напитал /Свои послушливые стрелы / И с ними гибель разослал / К соседям в чуждые пределы». Т.е. яд распространяется, расходится по земле все дальше.

Слово *яд* толкуется В. И. Далем как «отрава, всякое вещество, убийственное или вредоносное в пище, либо в дыхании, в примеси ко крови или при переходе его иным путём в тело человека, животного. Ядом зовут снадобья, зелья, средства сильно и довольно быстро вредящие, отравляющие, могущие причинить смерть» [3, с. 97]. Словарь С. И. Ожегова фиксирует буквально и переносное значения этого слова: «1. Вещество, вызывающее отравление. 2. перен. Злоба и ехидство, язвительность» [7, с. 78].

Стихи Блейка и Пушкина о разном, но у них есть общее: помимо образа страшного древа, физически ощутимая мощь, которую хочется назвать библейской. Библия постоянно присутствует в поэзии Блейка, но отсылки к ней далеко не всегда прямые. Зачастую это внутреннее и стилистическое родство, как в анализируемом случае с историей лирического героя), который, глубоко оскорбленный, затаил гнев на врага, и гнев этот рос, питаемый обидой и обласканный притворством, пока не разросся в древо, породившее прекрасное и ядовитое яблоко.

Анализ русских переводов

Обратимся к самому первому переводу стихотворения, созданному классиком советского поэтического перевода С.Я. Маршаком (1887-1964). Ему принадлжеит целый сборник переводов английского романтика.

Перевод С.Я. Маршака «Древо яда» (1943)

В ярость друг меня привёл –
Гнев излил я, гнев прошёл.
Враг обиду мне нанёс –
Я молчал, но гнев мой рос.

Я таил его в тиши
В глубине своей души,
То слезами поливал,
То улыбкой согревал.

Рос он ночью, рос он днём.
Зрело яблочко на нём,
Яда сладкого полно.
Знал мой недруг, чье оно.

Темной ночью в тишине
Он прокрался в сад ко мне
И остался недвижим,
Ядом скованный моим [4, с. 67].

Перевод С.Я. Маршаком стихотворения «A Poison Tree» по форме и содержанию предельно близок к оригиналу. В нем строго соблюдены количество строф и строк в строфе, стихотворный размер – четырехстопный хорей, лексический и синтаксический строй оригинала. Следует отметить, что Маршак отказался от анакруз, поскольку для русского слуха они являются признаком ритмической неаккуратности. Поэт использует лексикон того же плана, что и в оригинале, легко воспроизводит оригинальный синтаксис с характерными параллельными конструкциями:

I was angry with my friend;
I told my wrath, my wrath did end.
I was angry with my foe:
I told it not, my wrath did grow.

В ярость друг меня привёл –
Гнев излил я, гнев прошёл.
Враг обиду мне нанёс –
Я молчал, но гнев мой рос.

Следующий перевод принадлежит Д. Смирнову-Садовскому.Это литературный псевдоним композитора Дмитрия Смирнова (1948, Минск – 2020, Уотфорд). Родился в семье оперных певцов. Жил в Улан–Удэ, Фрунзе (ныне Бишкек) и Москве. Писал музыку с детских лет и, закончив Московскую консерваторию в 1971, стал профессиональным композитором, работающим во многих жанрах (от оперы и симфонии, до камерной, электроакустической музыки и киномузыки). Писал стихи тоже с детских лет, лет с шестнадцати увлёкся переводами английских поэтов, но переводил также с немецкого, французского, шотландского, латинского и японского. Главное увлечение – поэзия Уильяма Блейка, ранние произведения которого перевел полностью. На сюжеты Блейка написал две оперы, балет, ораторию, симфонию, вокальные циклы и т. д. – всего более 30 музыкальных сочинений. Любовь к творчеству Блейка привела композитора и поэта в Англию, где он жил с 1991 года [12, с. 83].

Перевод Д. Н. Смирнова-Садовского (1978)

Разозлил меня мой друг,
Я злость излил – прошёл недуг.
Разозлил меня мой враг –
Сгущался долго мести мрак.

Миновал немалый срок,
Из зерна взошёл росток,
Я в слезах над ним рыдал,
Лживой лестью согревал.

Враг заметил как–то днём
Яблоньку в саду моём;
Ночью, крадучись, как вор,
Перелез через забор,

Плод отравленный сорвал,
Съел, и замертво упал.
В сад я выйду, – славный вид, –
Враг под деревом лежит!

При высочайшем мастерстве обоих переводчиков заметна и разница подходов. Например, музыкальный слух переводчика улавливает анакрузы и требует переводчика сохранить их в русском тексте (первый катрен, четные строки). Далее, строку «Till it bore an apple bright» Маршак переводит как «Зрело яблочко на нём», а у Смирнова-Садовского это более обобщенно, плод заменен названием дерева, на котором он вырос: «Яблонька в саду моём». Следует отметить, что у Маршака более книжный стиль, что ощущается в строках: «В ярость друг меня привёл». «Зрело яблочко на нём». «Яда

сладкого полно», в то время как у Смирнова-Садовского стиль ближе к разговорному: «Разозлил меня мой друг», «Я в слезах над ним рыдал», «Перелез через забор».

Среди прочих обратился к стихотворению У. Блейка и С.А. Степанов (1993). С. Степанов родился в 1952 г., в Ленинграде. Это представитель младшего поколения петербургской школы поэтического перевода, уже не привязанной ни к семинару Э.Л.Линецкой, ни к семинару Т.Г.Гнедич. Переводит почти исключительно с английского, выпустил авторскую книгу Уильяма Блейка, опубликовал множество переводов из Киплинга, Элиота, Байрона, Джона Донна, Эдгара По и т.д. Отличительной чертой Степанова является то, что он зачастую переводит уже переведенное, не опираясь на другие переводы.

Перевод С.А. Степанова (1993)

Друг обидел, разозлил –
Я в словах свой гнев излил.
Враг нанес обиду мне –
Гнев зарыл я в глубине.

Сон утратил и покой,
Окроплял его слезой,
Над ростками колдовал,
Ковы тайные ковал.

Древо выросло, и вот –
Золотистый вызрел плод,
Глянцем радуя меня
И врага к себе маня.

Он тайком во тьме ночной
Плод отведал наливной…
Мертвым я врага нашел –
И с улыбкою ушел!

Сходство в переводах Смирнова-Садовского и Степанова заключается в том, что оба отказываются от слов «яблоко»/ «яблоня», вместо этого используя общее обозначение «плод». То есть оба переводчика дают прямую отсылку на «запретный плод» – нечто желанное, но запрещенное, связанное с сюжетом о грехопадении Адама и Евы. А в строках перевода Степанова: «Над ростками колдовал, /Ковы тайные ковал.» чувствуется изначальная магическая природа поэзии.

Проведенное исследование позволяет сделать следующие выводы:

У. Блейку присуща тяга к мистическому символизму, визионерской фантастике, аллегоризму. Несомненно, сходство блейковского стихотворения с «Анчаром» А. С. Пушкина.

Безусловно, каждый из рассматриваемых переводов обладает высокими эстетическими характеристиками. Влияние Маршака, как предшествующего переводчика, очевидно в заданном им общем тоне и настроении русской интерпретации Блейка. Несмотря на индивидуальные особенности, переводчики не могут не учитывать эту предшествующую модель. Маршаковскому переводу присущи мягкость, логичность и рассудительность в раскрытии эмоциональных состояний. С.Я. Маршак смягчает ужасающие аспекты оригинала, внедряя бытовые детали и привнося элемент сказочности, как это видно в описании ядовитого яблока, которое перекликается с аналогичным эпизодом из пушкинской "Сказки о мертвой царевне".

Перевод Д.Н.Смирнова-Садовского отмечен повышенной музыкальностью, точным воспризведением ритмического рисунка Блейка и разговорными оборотами; версия С.А.Степанова отличается безусловной верностью первоисточнику и акцйентированным синтаксическим параллелизмом как ключевым приемом Блейка. У Степанова встречаются также следы древнего аллитерационного (заклинательного) стиха.

В заключение отметим, что данная работа является лишь скромным вкладом в изучение богатого литературного наследия. У.Блейка. Дальнейшие исследования могут быть посвящены анализу других его произведений, а также особенностям русской и мировой рецепции его творчества.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРА

1. Венгерова З. А. Вильям Блейк – родоначальник английского символизма [Текст] //Венгерова З. А. Литературные характеристики. СПб.: Винеке, 1897. – С. 153-182.
2. Жерновникова О. В. Философские и эстетические взгляды В.Блейка [Текст] / О. В. Жерновникова // Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. – 2008. – № 63-1. – С. 100-104.
3. Коннингам А. Артист-поэт-сумасшедший [Текст] / Телескоп. – М. , 1834. – Ч. 22. – № 28. – С. 67-97. [Электронный ресурс]. – URL.: https://wikilivres.ru/Артист-поэт-сумасшедший (дата обращения: 02.02.25)
4. Собрание сочинений [Текст] : С. Я. Маршака в восьми томах. Т. 3. М. : «Художественная литература», 1969. – 813 с.
5. Brenkman J. The Concrete Utopia of Poetry: Blake's “A Poison Tree”[Text] : Ed. C. Hosek , P. Parker. Lyric Poetry beyond New Criticism. Ithaca & London : Cornell UP, 1985. – 182-193 p.
6. Chiramel J. P. ““A Poison Tree” and the Bible.” [Text] : Literary Quest. 2015 – P.1-15.
7. Даль В. И. Толковый словарь живого великорусского языка [Текст] : избр. ст. / В. И. Даль; совмещ. ред. изд. В. И. Даля и И. А. Бодуэна де Куртенэ; [науч. ред. Л. В. Беловинский]. – М. : Олма-Пресс : Крас. пролетарий, 2004. – 700 с.
8. Квятковский А. П. Поэтический словарь [Текст] : [Около 670 терминов] – М. : Советская энциклопедия, 1966. – 375 с.
9. Ожегов С. И. Толковый словарь русского языка : около 100 000 слов, терминов и фразеологических выражений [Текст]/ С. И. Ожегов ; под ред. Л. И. Скворцова. – 26-е изд., испр. и доп. – М. : Оникс [и др.], 2009.
10. LDOCE : Longman Dictionary of Contemporary English [Text]. – Pearson Education Limited, 2003. – 1950 p.
11. Webster's dictionary of English usage [Text]. – Springfield (Mass.): Merriam-Webster inc., Cop._1989. – 978 p.
12. Д. Смирнов-Садовский. Комментарий к Блейку/ Песни Опыта/ Древо яда / A Poison Tree [Электронный ресурс]. – URL.: https://wikilivres.ru/Комментарий_к_Блейку/Песни_опыта/Древо_яда (дата обращения: 21.04.24)
13. Онлайн–словарь Мультитран [Электронный ресурс]. – URL.: www.multitran.ru (дата обращения:07.01.25)
14. Юнг К. Г. Об архетипах коллективного бессознательного// Архетип и символ. М, 1991. С. 139. Analysis of Poem "A Poison Tree" by William Blake [Электронный ресурс]. – URL.: https://interestingliterature.com/2016/11/a–short–analysis–of–william–blakes–a–poison–tree/ (дата обращения: 11.01.25)

W. BLAKE'S POEM "A POISON TREE” IN RUSSIAN TRANSLATIONS

Annotation. This paper suggests analysis of the original poem by W. Blake “A Poison Tree” in comparison with the existing Russian translations. In accordance with the goals and objectives set, the poetics of the poem has been analysed; information about translators of the poem collected; a comprehensive linguistic and poetological analysis of the existing interpretations in chronological sequence has been carried out. The results of the study may be helpful for students’ research when writing essays, final qualifying papers, preparing creative projects in linguostylistics.
Keywords: poem “A Poison Tree”, W. Blake, translation, poetics, linguostylistics

Afonkina A.S.
Scientific supervisor: Matvienko O.V. Ph.D., associate professor Donetsk
State University
E-mail: anyaafonkina@gmail.com

УДК 81’367.625:811.111’161.1

СПОСОБЫ ПЕРЕВОДА НЕМЕЦКИХ ЛЕКСЕМ, ОБОЗНАЧАЮЩИХ ВНЕШНОСТЬ ЧЕЛОВЕКА, НА РУССКИЙ ЯЗЫК

Ачкасова В.О.
Научный руководитель: Басыров Ш.Р., д-р филол.наук, профессор
ФГБОУ ВО «ДонГУ»

Аннотация. В статье рассматриваются основные способы перевода лексем, обозначающих внешность человека на русский язык, включая эквивалентный перевод, описательный перевод, замена перевода, добавление и опущение. Обсуждаются особенности каждого метода, их применение в различных контекстах и влияние культурных аспектов на процесс перевода. Статья выявляет выбор соответствующего способа перевода анализируемых лексем в зависимости от типа текста и целевой аудитории.
Ключевые слова: способ перевода, целевая аудитория, частотность, контекст, адаптация.

Введение. Перевод – это сложный и многогранный процесс, который требует не только знания языка, но и понимания культурных, социальных и контекстуальных особенностей. В немецком языке, как и в любом другом, существуют различные способы перевода, которые могут быть использованы в зависимости от целей, стиля и содержания текста. В этой статье мы рассмотрим основные способы перевода, их особенности и применение.

Целью работы — исследовать различные методы и техники перевода, используемые в немецком языке, а также выявить самый частотный способ перевода.

Материалом исследования послужили выборка немецких лексем с указанной семантикой и примеров их употребления из толковых и разговорных словарей немецкого языка [4; 5; 6], а также из параллельного корпуса русского языка [3]. Общий объем выборки лексем составил 324 ед. и 109 примеров их употребления.

2.1 Эквивалентный перевод (46 единиц)

В. Н. Комиссаров в работе «Теория перевода» определяет эквивалентный перевод как «перевод, который достигает максимального соответствия между исходным текстом и переводом, сохраняя при этом все значимые элементы, включая стиль и эмоциональную нагрузку» [1].

При эквивалентном переводе немецкому композиту в русском языке часто соответствует словосочетание, т.е. при полной смысловой эквивалентности наблюдается расхождение в формальном плане, ср.:

(1) Ihre ***Glanzaugen*** funkelten im Kerzenlicht *Ее **сияющие глаза*** сверкали в свете свечей (Die Verwandlung" (Превращение) Франц Кафка).

В примере (1) полная эквивалентность наблюдается **лишь** в **семантическом (смысловом)** плане, а **с формальной** точки зрения наблюдается расхождение, т.е. немецкому композиту ***Glanzaugen*** соответствует в русском, однако, словосочетание – *сияющие глаза*, что объясняется высокой продуктивностью словосложения в сфере именного (субстантивного) словопроизводства.

Аналогичные случаи представлены в примерах (2), (3):

(2) Sein ***Schlummerblick*** wirkte geheimnisvoll. Его ***сонный взгляд*** казался загадочным. (Die Blechtrommel" (Жестяной барабан) Гюнтер Грасс);

(3) Seine ***Schweinsnase*** verunstaltete das sonst so feine Gesicht. Его ***свиный нос*** уродовал его, иначе красивое, лицо (Гюнтер Грасс, "Жестяной барабан").

В следующем примере представлен перевод, который сохраняет исходную информацию, что важно для создания образа:

(4) Mit seinen ***großen braunen Augen*** starrte er Diotima ins Gesicht und suchte die Wirkung seiner Worte abzulesen. Он смотрел в лицо Диотимы своими ***большими карими глазами*** и пытался понять, какой эффект произведут его слова. (Robert Musil. Der Mann ohne Eigenschaften (1921-1942) | Роберт Музиль. Человек без свойств (С. Апт, 1984).

В немецком примере словосочетание ***großen braunen Augen*** переводится как *большими карими глазами*. Здесь перевод сохраняет исходную информацию о размере и цвете глаз, что важно для создания образа.

Аналогичные случаи представлены в примере (5):

(5) Er machte ein ***so unglückliches Gesicht***, dass ich ihn am liebsten in den Arm genommen hätte, vor allem, als er leise hinzufügte:» Ich dachte, wir wären Freunde. Он сделал ***такое несчастное лицо***, что мне захотелось его обнять, особенно когда он тихо добавил: «Я думал, мы друзья». (Kerstin Gier. Smaragdgrün (2010) | Керстин Гир. Изумрудная книга (С. Вольштейн, 2013).

2.2 Описательный перевод (8 ед.)

Н. И. Жинкин в книге «Теория и практика перевода» отмечает, что описательный перевод используется для объяснения значений слов или выражений, которые не имеют точных аналогов в целевом языке, позволяя читателю лучше понять оригинальный текст [2].

Описательный перевод представлен в следующих примерах:

(6) „Eine ausgewachsene Affenschande ist es! “Guste sah sich um; sie bekam ***Schlitzaugen***„ Dort sprechen sie auch davon“, sagte sie geheimnisvoll — Да, да, беспримерный срам! Густа оглянулась, ***глаза ее сузились***. — Там тоже говорят об этом, — загадочно сказала она. (Heinrich Mann. Der Untertan (1914) | Генрих Манн. Верноподданный (И. Горкина, 1971).

Немецкий композит ***Schlitzaugen*** в русском переводе адаптируется к контексту и переводится ***глаза ее сузились***, что позволяет передать эмоционально-психическое состояние героя.

(7) Sein ***Schlitzohr-Lächeln*** verriet, dass er etwas im Schilde führte Его ***хитрая физиономия и улыбка*** выдавали, что он что-то задумал (Гюнтер Грасс, "Луковица памяти")

В примере (7) используется описательный перевод, т. к. композит ***Schlitzohr-Lächeln*** является национально-конотированным и переосмысленным словом. В немецком разговорном словаре под ред. Х. Кюппера значение лексемы *Schlitzohr* описывается следующим образом:“listiger, hinterhältiger Bursche; Betrüger. Betrüger wurden früher mit Ohrschlitzen bestraft“ [6, с.720] «хитрый, коварный парень. Лгун. Раньше лгунов наказывали, делая им в ухе прорезь».

(8) Seine ***Meerschaumzähne*** funkelten im Licht, als er sprach Его ***неестественно белые зубы*** сверкали в свете, когда он говорил (Гюнтер Грасс, "Жестяной барабан").

В приведенном примере обращение к описательному переводу объясняется нескольким причинам. Во-первых, дословный перевод необычного композита Meerschaumzähne" (букв. "зубы из морской пены") был бы непонятен читателю. Во-вторых, сравнение зубов с морской пеной позволяет создать переводчику необычайный эмоционально-стилевой и визуальный эффект при описании внешности героя.

(9) Ihre ***Schattenaugen*** verrieten Traurigkeit Ее ***глаза***, словно ***затуманенные печалью***, выдавали тоску (Герман Гессе, "Нарцисс и Гольдмунд").

Описательный перевод в (9) немецкого композита Schattenaugen (дословно "теневые глаза") позволяет метафорически раскрыть душевное переживание героини произведения.

2.3 Замена перевода (27 единиц)

В. Н. Комиссаров в книге «Теория перевода» определяет замену при переводе как процесс, при котором переводчик заменяет элементы оригинала на их соответствия в целевом языке, чтобы достичь лучшего понимания и восприятия текста читателем [1].

Данный способ перевод представлен в ниже приведенных примерах:

(10) Sie hatte ein junges Gesicht mit graugrünen Augen und einer ***Stups****nase,* und als er sie so ungeniert musterte, verzog sie den schmallippigen Mund zu einem Lächeln, das für Augenblicke

den Ausdruck der Verderbtheit aus ihrem Gesicht fortwischte. Лицо совсем юное, с зелено-серыми глазами и ***вздернутым носиком***. Под бесцеремонным взглядом Хольта девушка растянула тонкие губы в улыбку, смахнувшую на какой-то миг отпечаток порока с ее лица. (Dieter Noll. Die Abenteuer des Werner Holt. Roman einer Heimkehr (1963) | Дитер Нолль. Приключения Вернера Хольта (В. Курелла, Р. Гальперина, 1962).

Композит *Stupsnase* переведен словосочетанием *вздернутый носик*, в котором именной компонент выражен уменьшительно-ласкательным суффиксом. Добавим, что первый компонент *Stups* дословно означает *пинок, толчок*, но метафорически переосмыслен в вздернутый в структуре коллоквиализма. Данные замены придают описанию внешности девушки в целом привлекательный характер.

(11) Seine ***Glubsch****augen* schienen aus den Höhlen zu springen, als er den Schock erlebte Его ***вытаращенные глаза*** казались готовыми выскочить из орбит, когда он испытал шок (Гюнтер Грасс, "Кошки-мышки")

В примере (11) немецкий писатель Гюнтер Грасс негативно описывает внешность героя, его глаза, используя для этого двухкомпонентный композит *Glubshaugen*. Его первый адъективный компонент *glupsch* представляет собой диалектное слово, означает «с коварным/ехидным взглядом» и мотивировано диалектальным глаголом *glupen/glupschen* «смотреть исподлобья, смотреть волком» уставиться на кого-л.»

(12) Ihre ***Kuh****augen* waren voller Unschuld und Güte Ее ***большие наивные*** *глаза* были полны невинности и доброты (Генрих Бёлль, "Групповой портрет с дамой")

В примере (12) композит ***Kuh****augen*, буквально означающий коровьи глаза, удачно транслируется переводчиком как большие наивные глаза, создавая портрет невинной и добродушной девушки.

2.4 Опущение (17 ед.)

Н. И. Жинкин в книге "Теория и практика перевода" определяет опущение как метод, при котором переводчик исключает определенные слова, фразы или даже целые предложения из оригинала, чтобы избежать избыточности или сохранить естественность текста на целевом языке [2]. Например:

(13) Seine **Schlangen**augen funkelten kalt und berechnend Его ***глаза*** сверкали холодом и расчетом (Томас Манн, "Тонио Крёгер").

При переводе композита *Schlangenaugen* **(**досл. змеиные глаза**)** переводчик опускает трансляцию первого компонента сложного слова, т.е. компонента **Schlange** (змея). В немецком примере есть явная ассоциация со змеями, которым свойственна коварность, хитрость и опасность. В русском переводе утрачивается метафорическая образность и выразительность.

2.5 Добавление (11 ед.)

В. Н. Комиссаров в своем учебнике "Теория перевода" определяет добавление перевода как "включение в перевод дополнительных элементов, которые помогают передать смысл оригинала более полно или уточнить его для целевой аудитории" [1].

Приведем примеры добавления.

(14) Ihr Gesicht war ***blass***. Ее лицо было ***бледным*** и казалось ***болезненно худым*** (Томас Манн, "Будденброки")

При переводе немецкого предложения появляются дополнительные языковые элементы: **"казалось болезненно худым"**, что позволяет усилить эмоциональную нагрузку и подчеркнуть физическое состояние персонажа.

Ср. другие примеры, в которых добавленные компоненты в русском переводе подчеркнуты и выделены жирным шрифтом:

(15) Sie hatte ***schöne, blaue Augen***. У нее были ***красивые, глубокие голубые глаза, полные нежности***. (Гёте, "Фауст");

(16) Seine Haare ***waren dünn***. Его ***редкие, тонкие волосы*** едва прикрывали ***лысеющую голову***. (Гюнтер Грасс, "Жестяной барабан");

(17) Er war ***groß*** und ***schlank***. Он был ***высоким, стройным, с аристократической осанкой и длинными тонкими пальцами***. (Герман Гессе, "Нарцисс и Гольдмунд");

(18) Er hatte ein ***markantes Gesicht***. У него было ***выраженное, угловатое лицо с острыми чертами***. (Эрих Мария Ремарк, "Три товарища").

3. Выводы

3.1. Перевод на русский язык немецких лексем, обозначающих внешность человека, осуществляется с помощью следующих способов: эквивалентный, описательный перевод, замена, опущение и добавление. Каждый из этих методов имеет свои особенности и применяется в зависимости от контекста, типа текста и целевой аудитории. Эквивалентный перевод позволяет сохранить максимальное соответствие между оригиналом и переводом, в то время как описательный перевод помогает объяснить значения слов без точных аналогов. Замена, опущение и добавление позволяют переводчику адаптировать текст, сохраняя его смысл и эмоциональную нагрузку.

3.2. Частотность способов перевода на русский язык немецких лексем, обозначающих внешность человека, неодинаковая (см. табл. 1). Самым частотным оказался эквивалентный перевод (46 ед.), которому почти в два раза уступает замена (27 ед.). Приблизительно одинаковую частотность перевода обнаруживают опущение (17) и добавление (11). Низкой частотностью характеризуется описательный перевод (8)

3.3. Выбор способа перевода не только влияет на точность передачи информации, но и на восприятие текста читателем. Учитывая культурные аспекты и контекст, переводчик должен находить баланс между сохранением оригинального стиля и адаптацией текста для целевой аудитории. Таким образом, успешный перевод требует от переводчика не только лексических знаний, но и глубокого понимания культурных и эмоциональных нюансов, что подчеркивает сложность и многогранность процесса перевода.

Частотность способов перевода на русский язык немецких конструкций, номинирующих внешность человека

Таблица 1.

Способ перевода	Пример	Частотность способа перевода
Эквивалентный перевод	Seine ***Schweinsnase*** verunstaltete das sonst so feine Gesicht. Его ***свиный нос*** уродовал его, иначе красивое, лицо	46 единиц
Замена	Ihre ***Kuh****augen* waren voller Unschuld und Güte Ее ***большие наивные*** *глаза* были полны невинности и доброты	27 единиц
Опущение	*Ihre* ***Mausezähnchen*** machten ihr Lächeln *unscheinbar* Её ***маленькие зубы*** делали её улыбку незаметной	17 единиц
Добавление	Seine Haare ***waren dünn***. Его ***редкие***, ***тонкие волосы*** едва прикрывали ***лысеющую голову***	11 единиц
Описательный перевод	Seine ***Meerschaumzähne*** funkelten im Licht, als er sprach Его ***неестественно белые зубы*** сверкали в свете, когда он говорил	8 единиц
ВСЕГО		109 единиц

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Комиссаров В. Н. Теория перевода. М.: Высшая школа, 1990. – 290 с.
2. Жинкин Н. И. Теория и практика перевода. М.: Издательство РГГУ, 2001. – 184 с.

3. Национальный корпус русского языка [Электронный ресурс]. – URL.: https://ruscorpora.ru/ (дата обращения: 07.02.2025)
4. Duden. Deutsches Universalwörterbuch [Text] / Hrsg. und bearb. vom Wissenschaftlichen Rat und den Mitarbeitern der Dudenredaktion unter der Leitung von G. Drosdowski. – 3., völlig neu bearb. u. erw. Aufl. – Mannheim; Leipzig; Wien; Zürich : Dudenverlag, 1996. – 1816 S.
5.Wahrig: Das Standardwerk zur deutschen Sprache beschreibt den Grundwortschatz des Deutschen in mehr als 25 000 Stichwörtern und 120 000 Anwendungsbeispielen. "Der kleine Wahrig" ist ein deutsches Wörterbuch zu allen Fragen der Bedeutung, Rechtschreibung, Worttrennung, Grammatik und Aussprache, der Wahrig unter der Leitung von Renate Wahrig-Burfeind. – München, 1978. – 1151 S.
6.Wörterbuch der deutschen Umgangssprache [Electronic resource]. – URL.: https://www.mundmische.de/ (дата обращения: 07.02.2025)

WAYS OF TRANSLATING GERMAN LEXEMES DENOTING HUMAN APPEARANCE INTO THE RUSSIAN LANGUAGE

Annotation. The article deals with the main ways of translating German lexemes denoting human appearance into Russian, including equivalent translation, descriptive translation, translation substitution, addition and omission. The features of each method, their application in different contexts and the influence of cultural aspects on the translation process are discussed. The article reveals the choice of the appropriate translation method for the analysed lexemes depending on the type of text and the target audience.
Key words: translation method, target audience, frequency, context, adaptation.

Achkasova V.O.
Scientific adviser: Basirov Sh.R., Ph.D., professor
State University
E-mail: viktoriaackasova128@gmail.com

УДК 811.111'373.611:81'25

СЕМАНТИЧЕСКИЕ ПУТИ ФОРМИРОВАНИЯ АМЕРИКАНСКИХ ЛЕКСИЧЕСКИХ НЕОЛОГИЗМОВ И ОСОБЕННОСТИ ИХ ПЕРЕВОДА

Башилова В. А.
Научный руководитель: Дроздов В. А., д-р. филол. н., доцент
ФГБОУ ВО «ДонГУ»

Аннотация. В данной работе исследуются основные виды неологизмов, их роль в языке и механизмы их появления, такие как метафоризация, метонимизация, расширение и сужение значений. Особое внимание уделяется трудностям перевода неологизмов, возникающим из-за их уникальной семантики.
Ключевые слова: неологизмы, метафоризация, метонимизация, перевод, лексическая инновация.

Введение. В последние десятилетия английский язык, благодаря своей глобальной доминанте в науке, технике, культуре и межкультурной коммуникации, активно обогащается новыми лексическими единицами. Особенно динамичным процесс формирования неологизмов наблюдается в американском варианте английского языка, где инновации в лексике обусловлены культурными, технологическими и социальными изменениями. **Актуальность** данной темы определяется растущей ролью неологизмов в современной коммуникации и необходимостью их адекватного перевода для межкультурного обмена, что зачастую сопряжено с трудностями, связанными с их уникальной семантикой и отсутствием эквивалентов в других языках.

Основная **цель исследования** – выявить и проанализировать особенности семантического формирования американских лексических неологизмов и найти подходы к их переводу.

Для реализации поставленной цели решаются следующие **задачи**:

1. Рассмотреть понятие неологизма.
2. Рассмотреть классификации неологизма.
3. Выявить трудности перевода американских неологизмов и предложить оптимальные стратегии их перевода.

1. Определение неологизма и его классификации.

Обогащение словаря является одним из ключевых аспектов развития языка. Новые слова возникают следующими способами:

1) средствами самого языка – создание новых слов из старых морфем, переосмысление старых слов и т. п.;

2) через заимствование слов в результате международного общения, которые, как правило, активно адаптируются в языковой системе [3, с. 3].

Причины возникновения неологизмов привлекают значительное внимание лингвистов. Одной из основных причин является прогресс в области технологий, особенно в сферах электроники и компьютерных разработок. Кроме того, с лингвистической точки зрения, неологизмы служат средством усиления выразительности речи, добавления эмоционального оттенка и более точной передачи чувств и эмоций в процессе коммуникации.

Формирование неологизмов в языке – это сложный и многогранный процесс, который отражает динамичные изменения в культуре, технологии, экономике и других аспектах жизни общества. Современный английский язык активно заимствует слова, преобразует существующие и создаёт новые термины, чтобы адаптироваться к потребностям общения в условиях стремительно меняющегося мира.

Неологизмы обладают относительным и историческим характером, что затрудняет достижение единого мнения об их определении. Таким образом, одной из ключевых задач неологии является необходимость четкого формулирования понятия «неологизм» [7, с. 246].

Дитер Херберг наиболее полно сформулировал термин «неологизм»: «Неологизмом является лексическая единица или значение, которые появляются в определенный отрезок языкового развития коммуникативного сообщества, получают распространение, соответствуют языковой норме, и в этот временной промежуток развития воспринимаются большинством носителей языка как новые в течение определенного времени» [2].

М. И. Фомина выделяет следующие виды неологизмов:

1. Лексико-семантические неологизмы. Они представляют собой лексические единицы, давно присутствующие в языке, но получившие новое значение. Например (далее перевод наш. – В. А.): *cloud* (облако) – 1) масса частиц или капель, таких как пыль, дым или пар, находящихся в атмосфере или в космическом пространстве; 2) сервер с данными и услугами, доступных через интернет; *viral* (вирусный) – 1) связанный или вызванный вирусом; 2) связанный с быстрым распространением информации, идей или тенденций с помощью социальных сетей, а не обычных средств массовой информации [10 с. 229; 16].

2. Индивидуальные, или контекстуально-речевые неологизмы (т.е. окказиональные). Они представляют собой новые слова, которые создаются публицистами, писателями и общественными деятелями с определенной стилистической целью. Например, *catch-22* ‘сложная ситуация, из которой нет выхода, потому что вам нужно сделать одно, прежде чем делать второе, но вам нужно сделать второе, прежде чем вы сможете сделать первое’ (здесь перевод наш. – В. А.). Термин появился благодаря роману американского писателя Джозефа Хеллера «Уловка-22» [10 с. 230; 18].

Заботкина В. И. выделяет следующие виды неологизмов:

1) собственно неологизмы,которые представляют собой сочетание новизны как в форме слова, так и в его содержании: *thought-processor* ‘компьютер, логически выстраивающий и развивающий идеи’; *bio-computer* ‘компьютер, имитирующий нервную систему живых организмов’; *audiotyping* ‘аудиопечатание’;

2) трансноминаци, которые представляют собой сочетание новизны в форме слова с уже существующим значением в иной форме: *big C (мед.)* ‘рак’; *sudser* ‘мыльная опера’; Af, *houtie* ‘негр’;

3) семантические инновации, или переосмысления, которые представляют собой образование новых значений у слов, которые уже имеют место в языке: *drag* ‘скучища’; *bread* ‘деньги’; *acid* ‘наркотик ЛСД’ [5, с. 17].

Семантические инновации представляют собой новые значения, присваиваемые уже существующим словам. Возможны следующие варианты:

1) старые слова полностью меняют свое значение, теряя предыдущее;

2) в семантической структуре слова возникает дополнительный лексико-семантический вариант, при этом сохраняются все традиционные значения.

В. И. Заботкина отмечает, единицы второго типа преобладают среди переосмыслений последних лет. «Так, слово *mafia* расширило свое значение и стало означать ‘любое секретное сообщество, замкнутый круг, клан’. Среди наиболее употребительных новых значений в современном английском языке можно отметить *charisma* ‘сильная личная притягательная сила, магнетизм’; *bummer* ‘разочарование, досада, неприятность’; *go-go* ‘динамичный, современный’; *funky* ‘приятный, отличный’; *banana*, особенно во фразе *to go bananas* ‘сходить с ума’; *flaky* ‘эксцентричный’. Последние три единицы ограничены в употреблении американским вариантом, ситуациями неформального общения, когда коммуниканты находятся в равных социальных и возрастных отношениях» [5, с. 18].

По способу образования неологизмов, современные исследователи различают лексические, семантические и фразеологические неологизмы.

2. Способы образования семантических неологизмов.

Семантические неологизмы зачастую проявляются посредством метафоризации или метонимизации, а также через сужение или расширение существующих значений. Несмотря на то, что метафорические обороты считаются компонентом поэтического стиля, в современном языке печатных изданий они также занимают важное место [4, с. 161].

Метафоры нередко встречаются в заголовках журналов, что помогает привлечь внимание читателей и стимулирует их интерес к статье. Метафора представляет собой неявное сравнение двух объектов или явлений, основанное на наличии общего признака [8]. Выражение *couch potato* переводится как ‘лежебока, телевизионный фанат’, и означает человека, который проводит много времени, лежа на диване, обычно смотря телевизор или ленясь. Этот термин метафорически сравнивает человека с неподвижным овощем. Данный термин имеет негативную коннотацию и подразумевает явное неодобрение.

Метонимия представляет собой прием, при котором название одного объекта или явления переносится на другой на основе их смежности [9]. К примеру, термин *sheepskin* употребляется в значении ‘дублёнка’. Подобно метафоре, метонимия может быть использована для привлечения внимания читателя в заголовках и материалах средств массовой информации [4].

Расширение значения представляет собой закономерный и эффективный процесс в языковой системе. В результате этого процесса определенное слово получает более обширное значение, исходя из омонимии или полисемии. Ф. Катамба отмечает, что названия коммерческих товаров или научных концепций часто подвержены такому расширению (например, слово «Galileo», которое используется для обозначения европейской навигационной системы) [12].

Сужение значения представляет собой процесс, в ходе которого количество значений слова уменьшается. Например, слово «fowl» ранее употреблялось для обозначения любой птицы, однако в настоящее время оно используется исключительно для обозначения домашней птицы, разводимой для получения мяса и яиц [4, с. 161].

Д. Кристал выделяет две ключевые причины сужения значения:

1. Амелиорацию – улучшение значения слова (слово *knight* означало ‘мальчик’, но позже получило значение ‘благородный, мужественный человек’; *revolutionary* имело значение ‘имеющий отношение к политической революции’, сейчас слово также имеет значение ‘предполагающий значительные или полные изменения’; *nice* имело значение ‘глупый’, позже приобрело значение ‘хороший’).
2. Детериорацию – ухудшение значения слова (*reek* изначально имело значение ‘дым’, сейчас слово приобрело негативный оттенок ‘вонь’; слово *villain* раньше применялось в значении ‘работник фермы’, однако сейчас слово имеет негативную коннотацию ‘злодей’; *odd* использовалось в значении ‘нечетный’, сейчас же ‘странный’) [11, с. 64].

Неологизмы выполняют главным образом номинативную функцию. Однако в текстах, для которых они не являются объективно-необходимыми, их использование обусловлено стилистическими целями [10, с. 232].

3. Перевод американских семантических неологизмов.

Перевод неологизмов требует их переосмысления на другом языке, что может осуществляться как напрямую, так и через объяснения. В случае отсутствия прямого эквивалента для конкретного общественно-политического явления в языке перевода, возможно его описание или передача фонетической либо орфографической формы.

Следовательно, основными методами перевода неологизмов являются: транскрипция, транслитерация, калькирование и описательный перевод [6].

Перевод неологизмов может вызывать значительные затруднения, поскольку подобные слова сложно найти как в общих, так и в некоторых специализированных

словарях. В некоторых случаях контекст и понимание компонентов неологизма могут оказаться полезными. Однако чаще всего этого оказывается недостаточно: переводчику необходимо обладать и другими экстралингвистическими знаниями. Например, в каких конкретных ситуациях может применяться тот или иной неологизм. Дополнительная сложность заключается в том, что не все общества развиваются одинаково, поэтому в языке, на который выполняется перевод, может отсутствовать эквивалент неологизма. В таких ситуациях рекомендуется использовать описательный перевод. В подобных случаях следует прибегнуть к описательному переводу [1, с. 93].

Рассмотрим конкретные примеры семантических неологизмов (далее перевод наш. – В. А.).

Употребление прилагательного *ace* в значении ‘great, fantastic, terrific’ произошло от существительного ace, которое, по сути, означает ‘номер один’. Во время Первой мировой войны выдающиеся пилоты, которым удалось сбить десять или более вражеских самолетов, были известны как ace; после это слово стало использоваться в американском английском для обозначения любого выдающегося человека или вещи [16; 17]. В современном слэнге это слово может быть как и прилагательным, так и существительным или глаголом. Данный неологизм был образован с помощью метонимизации на основе смежности понятий.

Например: *He aced the test!* – ‘Он сдал тест на «отлично»!’

That was an ace party! – ‘Это была отличная вечеринка!’

He’s an ace in his field. – ‘Он профессионал в своем деле.’

Стоит отметить, что в русском языке также используется слово «ас».

Существительное burn-out, или чаще пишется burnout, означает синдром эмоционального выгорания, который является прямым результатом образа жизни, полного стресса. Данный термин был впервые выявлен и назван в середине семидесятых годов американским психотерапевтом Гербертом Дж. Фрейденбергером. Данный неологизм был образован путем метафоризации.

The most moderate form of burnout occurs when the sufferer endures a heavy stressload. [17, с. 58] – ‘Наиболее умеренная форма эмоционального выгорания возникает, когда человек испытывает сильную стрессовую нагрузку’ (здесь перевод наш. – В. А.).

Слово cartridge (далее перевод наш. – В. А.) имеет значение трубки или футляра, содержащих взрывчатые вещества, или пули для стрельбы из пистолета [16]. Однако со временем слово развило и новое значение – носитель, в котором находится что-либо, используемое в устройстве. Например, в электронной игре или чернила для принтера. Картриджи вставляются в устройство, их можно извлечь или поменять, когда они закончат свою работу или будут пусты. Новое значение было приобретено путем расширения значения слова [16].

Слово Dunkirk (также Dunkerque) является городом на севере Франции, на берегу Северного моря. Во время Второй мировой войны более 330 000 военнослужащих союзников были эвакуированы с его пляжей под огнем противника (май-июнь 1940 года). Данное слово также обозначает ‘отступление во избежание поражения; кризисную ситуацию, требующую последнего отчаянного усилия, чтобы предотвратить неминуемую неудачу’ [15].

Например: *With the company facing a financial Dunkirk, it was hoped that the new CEO could turn things around — and fast.* ‘Поскольку компания столкнулась с финансовым кризисом, была надежда, что новый генеральный директор сможет изменить ситуацию к лучшему в кратчайшие сроки’ (здесь перевод наш. – В. А.) [13]. Здесь *Dunkirk* было переведено как ‘кризис’, применен способ культурно-прагматической модуляции.

Выводы.

1. В ходе исследования было выявлено, что процесс формирования неологизмов в американском варианте английского языке тесно связан с динамичными изменениями в культуре, технологиях и обществе.

2. Основные механизмы возникновения неологизмов – метафоризация, метонимизация, расширение и сужение значений.

3. Перевод американских семантических неологизмов представляет собой сложный процесс, обусловленный тем, что многие неологизмы обладают ярко выраженной культурной спецификой и могут содержать скрытые коннотации.

4. Тенденции в переводе таких неологизмов включают использование транскрипции и транслитерации, и чаще калькирования, описательного перевода, а также адаптации путем поиска функциональных аналогов в языке перевода.

5. Особенности перевода семантических неологизмов заключаются в необходимости учитывать правильное значение слова, а также способы его передачи на другой язык.

6. Для преодоления сложностей перевода переводчик должен учитывать контекст употребления неологизма, его эмоциональную окраску и возможные ассоциативные связи. Важно также отслеживать актуальные языковые тенденции и обращаться к специализированным словарям.

7. Комплексный подход, включающий сочетание различных стратегий перевода, позволяет добиться наибольшей точности и адекватности при передаче американских семантических неологизмов на русский язык.

8. Изучение неологизмов является важным аспектом современной лингвистики, способствующим лучшему пониманию языковых процессов и межкультурной коммуникации. Будущие исследования в данной области могут быть направлены на выявление новых закономерностей образования неологизмов и разработку более эффективных стратегий их перевода.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Агузарова К. К. Проблемы перевода неологизмов в английском языке. – Труды молодых ученых. Вып. 4. – 2002. – 115 с.
2. Алиаскарова Г. Ф. Сравнительный анализ неологизмов в современном русском и немецком языках / Г. Ф. Алиаскарова // Вестник СГТУ. Саратов : СГТУ, 2007. № 4 (16). С. 226-231.
3. Брагина А. А. Неологизмы в русском языке [Текст] : Пособие для студентов и учителей. — Москва : Просвещение, 1973. — 224 с.
4. Воробьёва И. А. Понятие «неологизм», классификация неологизмов в английском языке [Текст] / И. А. Воробьёва // Вестник хабаровского государственного университета экономики и права. – 2019. – №3 (101) – С. 158-166
5. Заботкина В. И. Новая лексика современного английского языка [Учеб. пособие для филол. фак. ун-тов] / В. И. Заботкина. – Москва : Высш. шк., 1989. – 124 с.
6. Лебедева О. Г. Способы перевода неологизмов [Текст] / О. Г. Лебедева // Lingua mobilis : научн. журнал. – 2011. - № 5 (31). – С. 118-122
7. Москалева М.В. Неологизмы и проблема их изучения в современном русском языке // Вестник Московского Городского Педагогического Университета. – М: изд-во МГПУ, 2008 – Вып. 2. – С. 246-250
8. Москвин В. П. Русская метафора : очерк семиотической теории / В. П. Москвин. М. : Ленанд, 2007. – 184 с.
9. Покровский М. М. Избранные работы по языкознанию / М. М. Покровский. М. : Изд-во Акад. наук СССР, 1959. – 381 с.
10. Фомина М. И. Современный русский язык. Лексикология: Учебник для ин-тов и ф-тов иностр. яз. – 2- е изд., испр. и доп. – М.: Высш. школа, 1983 – 335 с.
11. Crystal D. Words, Words, Words / D. Crystal. – Oxford: Oxford University Press, 2007. – 224 p.
12. Katamba F. English Words / F. Katamba. - London: Routledge, 1994. – 352 p.
13. Merriam-Webster Dictionary [Электронный ресурс]. – URL.: https://www.merriam-webster.com/dictionary/ecotage

14. The American Heritage Dictionary of the English language [Электронный ресурс]. – URL.: https://ahdictionary.com/word/search.html?q=viral
15. The American Heritage Dictionary of the English language. – 3d edition. – Houghton Mifflin, 1994 – 8652 p.
16. The Oxford Advanced American Dictionary. [Электронный ресурс]. – URL.: https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/american_english/
17. The Oxford dictionary of new words edited by Elizabeth M. Knowles. – London ; New York : Oxford University Press, 1997. – 357 p.

SEMANTIC WAYS OF FORMATION OF AMERICAN LEXICAL NEOLOGISMS AND PECULIARITIES OF THEIR TRANSLATION

Annotation. This paper examines the semantic ways of forming American lexical neologisms and the features of their translation. The main types of neologisms, their role in language and the ways of their creation, such as metaphorization, metonymization, expansion and narrowing of meanings, are considered. Special attention is paid to the difficulties of translating neologisms that arise due to their unique semantics.
Keywords: neologisms, metaphorization, metonymization, translation, lexical innovation.

Bashilova V. A.
Academic adviser: Drozdov V. A. Grand PhD in Philology, associate professor of Donetsk State University
E-mail: viktoriyabashilova@gmail.com

УДК 81'373.46

СЕМАНТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ВОЕННОЙ ТЕРМИНОЛОГИИ В АНГЛИЙСКОМ И РУССКОМ ЯЗЫКАХ (НА МАТЕРИАЛЕ ТЕКСТОВ СМИ)

Бондарь Е.Р.
Научный руководитель: Ветрова Э.С., д-р филол. наук, профессор
ФГБОУ ВО «ДонГУ»

Аннотация. В данной работе рассматривается военная терминология английского и русского языков на материале текстов СМИ, осуществляется тематическая классификация военных терминов, изучается их семантика и особенности функционирования в англоязычных и русскоязычных СМИ.
Ключевые слова: термин, военная лексика, средства массовой информации, английский язык, русский язык

Введение. Язык представляет собой подвижную, динамическую систему, которая чувствительно реагирует на все изменения, происходящие в окружающей человека действительности: некоторые слова выходят из активного употребления, в тоже время появляются новые лексические единицы-термины, которые называют новые понятия, сформировавшиеся в сфере науки, техники, политики, экономики и др. Появление новых терминов происходит в настоящее время быстрее, чем когда-либо в истории человечества, что объясняется стремительным научно-техническим прогрессом, бурными социально-политическими и культурными преобразованиями в обществе. В связи со сложившейся в современном мире геополитической ситуацией наблюдается активное формирование военной терминологии. Чрезвычайная востребованность военной лексики, ее активное проникновение в СМИ – один из маркеров настоящего времени, указывающий на милитаристский характер современной политики. Военные термины используются в текстах СМИ не только для освещения различных политических событий, в частности вооруженных конфликтов, но и для воздействия на читателя, формирования у него выгодного для адресанта мнения.

Актуальность исследования обусловлена повышенным интересом современных ученых к проблеме отраслевых терминологий (В. М. Лейчик [5], В. П. Даниленко [3], Суперанская А. В., Подольская Н. В., Васильева Н. В. [9]) в связи с научно-техническим прогрессом, появлением в военной сфере большого количества новых терминов, которые нуждаются в изучении и систематизации, а также отсутствием специальных исследований, рассматривающих семантические, структурные и др. особенности военной терминологии в сопоставительном аспекте.

Объект исследования – военная терминология, **предмет** – семантические особенности военных терминов в англоязычных и русскоязычных СМИ.

Цель исследования – изучить семантические особенности военных терминов в англо- и русскоязычных СМИ, выявить сходства и различия.

Материалом исследования послужили 200 военных терминов (110 – в русском языке и 90 – в английском языке), извлеченные путем сплошной выборки из англоязычных («The Guardian», «The Independent», «The New York Times») и русскоязычных («РИА Новости») новостных интернет-источников за 2014-2025 гг.

Основная часть. В лингвистике под «термином» традиционно понимается «слово или словосочетание специального (научного, технического и т.п.) подъязыка, создаваемое (принимаемое, заимствуемое) для точного выражения специальных понятий и обозначения специальных предметов» [2]. По мнению большинства ученых, к основным признакам термина относятся: связь с понятием, однозначность, системность, стилистическая нейтральность (Лейчик [5], В. П. Даниленко [3], А. А. Реформатский [8] и др.). Под военным термином подразумевается слово или словосочетание, обозначающее понятия, относящиеся к военной сфере. Кроме общих признаков,

свойственных всем терминам, для военных терминов характерны следующие особенности: наличие двух и более компонентов (*баллистическая ракета, воздушный пункт управления, combat power, buffer zone*); частое использование аббревиатур (*ВМФ, ПВО, USAF, IED*), эпонимов (*автомат Калашникова, Higgins Boat*).

Характерной особенностью военной терминологии является системность, которая обеспечивается наличием между ее элементами предметно-логических связей. Военная терминология, функционирующая в англо- и русскоязычных СМИ, представлена 7 тематическими группами (далее – ТГ), каждая из которых в свою очередь делится на 2-3 подгруппы (см. табл. 1):

Таблица 1. **Тематические группы военных терминов и их количественные характеристики в английском и русском языках**

ТГ военных терминов	Английский язык		Русский язык	
	количество	%	количество	%
Боевая техника	22	19,8	24	21,8
Виды вооружения	16	14,4	19	17,3
Боевые действия	14	12,6	22	20
Военные стратегии	13	11,7	12	10,9
Виды вооруженных сил	11	9,9	14	12,7
Воинские звания	9	8,1	13	11,8
Военное обмундирование	5	4,5	6	5,5
Всего	**90**	**100**	**110**	**100**

Как свидетельствуют приведенные в таблице данные, к наиболее продуктивным ТГ военных терминов относятся: в русском языке – наименования боевой техники и боевых действий, в английском – наименования боевой техники и видов вооружения; к наименее продуктивным в обоих языках относятся наименования военного обмундирования.

Рассмотрим каждую группу более подробно.

1. В ТГ «Виды вооруженных сил» входят термины, называющие вооружённые силы государства (виды войск), предназначенные для ведения боевых действий на суше, на море, в воздушном и космическом пространстве (*artillery, морская пехота*). Напр., англ. *Denmark sending its “entire artillery” to Ukraine* [2]; русск. *День морской пехоты в России отмечается ежегодно 27 ноября на основании приказа главнокомандующего ВМФ Российской Федерации от 15 июля 1996 года "О введении годовых праздников и профессиональных дней по специальности"* [1].

2. ТГ «Воинское звание» образуют термины, именующие различные воинские звания, которые определяют права и обязанности военнослужащих по отношению друг к другу – от высшего (*Colonel General, подполковник*) разряда к низшему (*corporal, офицер*). Примечательно, что в русском языке многие термины данной ТГ содержат приставки, обозначающие гвардейские звания, звания военнослужащих медицинской службы и др., напр.: *гвардии майор, медицинский капитан*. В английском языке аналогичные функции выполняют дополнительные слова или фразы, напр., *Royal Navy* для обозначения королевского флота.

В рамках данной ТГ можно выделить несколько подгрупп терминов, отражающих структуру и иерархию вооруженных сил: 1) рядовой состав (*Private, младший сержант*). Напр.: русск. *Гвардии младший сержант Разумов, быстро сориентировавшись в обстановке, занял удобную огневую позицию и метким огнем уничтожил вражеского стрелка, но и сам получил сквозное пулевое ранение ноги* [1]; 2) сержантский состав (*сержант, Command Sergeant Major*). Напр.: англ. *As Command Sergeant Major I have a*

responsibility not only to ready my battalion for Iraq, but also to serve if called on, Walz's campaign said in March 2005 [3]; 3) офицерский состав (*лейтенант, Captain*). Напр., англ. *Captain Tom's family personally benefited from charity they founded, report finds* [2]; 4) высший офицерский состав (*генерал-лейтенант, Army General*). Напр., русск. *Погибли начальник войск РХБЗ ВС РФ генерал-лейтенант Игорь Кириллов и его помощник. Уголовное дело расследуется по статьям о теракте, убийстве и незаконном обороте взрывчатки* [1].

3. ТГ «Виды вооружения» образуют наименования различных типов оружия, предназначенные для поражения живой силы, техники, объектов противника (*стрелковое оружие, submachine gun* и др.): русск. *Губернатор отметил, что учения продолжатся в течение дня и на дорогах могут быть люди со стрелковым оружием, блокпосты и специальная техника* [1]; англ. *National guardsmen fired submachine guns into a crowd of stone-throwing rioters after the anti-Government demonstrators took control of a six-block section of Avenida San Martin in downtown Caracas* [4]. Среди терминов данной группы наибольшей частотностью характеризуются термины, обозначающие огнестрельное оружие (*пистолет, machine gun*) и холодное оружие (*нож, ахе*). Такие лексические единицы часто используются в текстах СМИ в переносном значении. Напр., русск. *«Нож в спину»: бывшую великую державу обижают и США, и Россия»* [1]. Термин *нож в спину* обозначает предательство или измену, напр.: *Константин Максимов: «Нельзя забывать, что слово – очень сильное оружие»* [1]. В этом выражении слово «оружие» используется в переносном смысле, обозначая способность языка и риторики влиять на мнение, убеждения и действия людей.

4. ТГ «Наименования боевых действий» (*fighting, bombardment, вести огонь*). Напр., русск. *Как заявил агентству представитель движения, ХАМАС проинформировало посредников в Египте, Катаре и Турции о том, что оно готово к соглашению о прекращении огня и «серьёзной сделке» по обмену пленными* [1]; англ. *The wide-scale bombardment continued a day after a U.S. envoy held talks with Israeli officials on a possible cease-fire with Hezbollah militants* [4]. В рамках данной ТГ можно выделить несколько подгрупп. По типу боевых действий выделяются: 1) термины, обозначающие наступление (*offensive operation*) и 2) термины, обозначающие оборону (*defensive operation*), между которыми устанавливаются антонимические связи. Напр., русск. *На Украине заявили, что готовят к круговой обороне Харьковскую область* [1]; англ. *Ukraine announces offensive operations across the south* [4].

5. ТГ «Наименования боевой техники» (*дрон, самолет, missile*) – названия оружия различной мощности и назначения, используемого для ведения боевых действий. Напр., англ. *Keir Starmer's silence over Storm Shadow missile strikes could be deadly* [3]; *Blue Origin is ready to launch New Glenn Rocket after critical test* [4]; русск. *Обновленный список условий, при которых Россия может применить ядерное оружие, включает ... масштабное применение воздушных или космических средств, включая самолеты, крылатые ракеты и дроны, с пересечением государственной границы России* [1].

6. ТГ «Наименования военных стратегий» относятся к военному искусству, охватывая теорию и практику подготовки вооружённых сил к войне или военным операциям, планирование и ведение стратегических операций и войны в целом. Военные стратегии могут быть номинативными, т.е. называть операцию (*raid, окружение*), или описывать ее. Напр., русск. «*В подвале этого дома укрывалась группа БПЛА из восьми человек», – показывает командир штурмового отделения с позывным Альпинист. Их окружили, заблокировали подземный ход из погреба на улицу* [1]; англ. *Israeli police raid Palestinian bookshops in East Jerusalem* [4].

В данной ТГ часто встречаются эпонимы – термины, в состав которых входят имена собственные: *План Барбаросса, Mao's strategy* и др. Напр., русск. *Подписав план нападения на СССР «Барбаросса», Гитлер подписал приговор своему детищу –*

Третьему рейху. До нападения Германии на Советский Союз оставалось чуть более полугода [1]; англ. *In practice, the German Strategy, known to history as the Schlieffen Plan, was predicated on France being invaded through neutral Belgium* [2].

7. ТГ «Наименования военного обмундирования / снаряжения» в СМИ используется нечасто. Большинство людей мало знакомы с этой частью военной сферы и поэтому воспринимают данные термины как узкоспециализированные: русск. *Вместо заявленных товаров сотрудники МРТ обнаружили пистолет, кобуру, два магазина, 19 патронов*", – говорится в публикации [1]; англ. *The fashion craze for military uniforms, 1967* [2].

По мнению многих ученых, главным признаком термина является его однозначность (В. М. Лейчик [4], А.И. Моисеев [6], А. В. Суперанская, Н. В. Подольская, Н. В. Васильева [9] и др.). Вместе с тем, как показывает практика, термины, как и общеупотребительные слова, склонны к полисемии. Не являются исключением и военные термины. В англоязычных и русскоязычных СМИ преобладают многозначные термины. Это обусловлено тем, что военная терминология активно развивается, адаптируется к новым условиям, что приводит к расширению значений слов. Многозначность позволяет более гибко использовать термины, однако требует особого внимания к контексту для правильного его понимания. Тенденцию к однозначности в обоих языках обнаруживают термины, обозначающие виды войск, а к полисемии – наименования вооружений.

Приведем несколько примеров. В русском языке термин *батарея* имеет два значения: 1) артиллерийское подразделение из нескольких орудий и средств управления; [7]; 2) позиция, которую занимает такое подразделение [7]. Напр., русск. *Батарея «Мста-С» уничтожила украинские силы на Запорожском направлении* [1]. В приведенном примере данный термин используется в первом значении.

Английский термин *bomb* также является многозначным: 1) a weapon that explodes and is used to kill or hurt people or to damage buildings; 2) something that has failed. Напр., англ. *David Cameron: leave vote would be economic bomb for UK* [2]. В текстах СМИ он часто используется во втором значении.

Как правило, переносные значения у терминов формируются в результате метафорических и метонимических переносов. Чаще всего в обоих языках наблюдается процесс метафоризации, который основывается на сходстве формы и функции. Напр., русск. *гусеница танка* – гусеница (насекомое) – сходство по форме – зооморфная метафора: *Гусеницы для «Арматы» и других танков теперь производят круглосуточно* [1]. В русской военной терминологии для наименования боевой техники часто используются названия цветов, напр.: *гвоздика* – самоходная артиллерийская установка (САУ) 2С1, известная своей эффективностью и мощью: *В Минобороны рассказали, как расчеты «Гвоздик» уничтожают укрепрайоны ВСУ* [1]; *гиацинт* –152-мм самоходная пушка 2С5, которая также ассоциируется с мощными ударами по противнику: *Расчет «Гиацинта» уничтожил гаубицу ВСУ американского производства* [1]. В данных примерах метафорический перенос осуществляется по признаку сходства формы: пламя огня таких орудий при выстреле из него напоминает соответствующий цветок.

Термины, образованные в результате метафорического переноса, зафиксированы и в английском языке. Интересны в этом плане цветовые метафоры (по сходству цвета), связанные с символическим восприятием реальности: красный цвет – цвет огня, опасности, жестокости; синий цвет – цвет неба и воды, спокойствия, надежности, умиротворения. Именно поэтому красный цвет часто ассоциируют с врагом и его действиями, а синий – со «своими». Напр.: *red alert* – высшая степень готовности к бою: *Politics on Red Alert* [4]; *blue helmets* – свои войска: *From Rwanda to Bosnia, Haiti to Congo, failures raise questions about future of United Nations blue helmets* [2].

Менее продуктивным в обоих языках является метонимический перенос – перенос значения по смежности понятий. Напр., англ. *Boots on the ground* – означает размещение войск, военнослужащих на земле, а не в воздухе или на море: «*Boots on the ground» needed to make the most of NSW national park land purchases* [2]; русск. *Зелёные береты* – элитные подразделения Армии США, предназначенные для ведения партизанской войны. В данном случае перенос осуществляется с элемента военной формы на подразделения – солдат, которые носят эту форму: русск. *Главная задача «зеленых беретов» – проникать на оккупированные врагом территории и вместе с местными силами вести скрытную борьбу* [1].

Установлено, что между элементами военной терминологической системы могут устанавливаться синонимические отношения. Выделены следующие виды синонимов:

1. Морфологические – синонимы, различающиеся аффиксами (*командир – командующий, attack – the attacker*). Напр.: русск. *Генерал-лейтенант Сергей Кобылаш назначен командующим Военно-воздушными силами России, сообщили в Минобороны* [1]; «*Командир с позывным Лысый рассказал, как артиллеристы напугали ВСУ*» [1]; англ.: *France salutes ‘backpack hero’ who challenged Annecy knife attacker* [2]; *Driver who hit union rally in ‘suspected attack’ in Munich is Afghan asylum seeker, police say* [2].

2. Синтаксические – синонимы, которые отличаются синтаксической структурой, но выражают при этом сходные значения (*отряд разведчиков – разведывательный отряд, scouting party – a party of scouts*). Напр.: русск. *Отряд разведчиков "Черные гусары" захватил пять пленных без единого выстрела*» – «*Бойцы бригады "Терек" и казачьего диверсионно-разведывательного отряда "Енисей" бригады "Сибирь" разбили группу украинских десантников в районе Соледара на Артемовском участке фронта*» [1]; англ. *Australian scouting party eye up the Ashes* [3]; *Jonathan Attwell, the youngest of a party of 12 scouts from Bristol, fell from Mount Snowdon in North Wales* [3].

3. Композитные – синонимы, образованные путем сложения слов или основ многокомпонентных терминов (*боевые припасы – боеприпасы*). Напр., русск. *В России увеличили выпуск боеприпасов более чем в 17 раз* [1]; *Школьник нашел немецкий боевой припас времен Великой Отечественной войны в подмосковном лесу, когда ходил с родителями за грибами* [1]. В английском языке такие синонимы не встречаются.

4. Аббревиатурные синонимы (*боевая машина пехоты – БМП, MP – Military Police*). Напр., русск. *В ДНР группа мобилизованных начала обучаться десантированию с БМП* [1]; англ. *MPs set for inflation-busting pay rise – but Independent readers say they ‘need to face reality’* [3].

Примечательно, что в английском языке чаще встречаются аббревиатурные синонимы, в русском – морфологические.

Помимо синонимов, среди военных терминов были обнаружены антонимы. В текстах СМИ они являются эффективным средством привлечения внимания читателей к транслируемой информации и создания выразительности текста, что способствует более яркому и эмоциональному его восприятию и лучшему запоминанию. При описании явления антонимии в военной терминологии была использована классификация Н. Ф. Алефиренко [1], согласно которой выделяются следующие виды антонимов:

1. Контрарные (градуальные) – антонимы, выражающие качественную противоположность и образующие градуальные оппозиции. Чаще всего встречаются в ТГ «военная техника» (*короткоствольное оружие – длинноствольное оружие, short-barreled rifle – long-barreled rifle*). Напр.: русск. *Высокая мощность, точность и безотказность в бою — качественное* ***короткоствольное*** *оружие ценится во всех армиях мира* [1]; *Предусматривается, что лицензию на приобретение охотничьего огнестрельного* ***длинноствольного*** *оружия с нарезным стволом имеют право получать россияне, которые имеют охотничий билет…* [1]; англ. *Today’s rule makes clear that firearm manufacturers, dealers, and individuals cannot evade these important public safety*

protections simply by adding accessories to pistols that transform them into short-barreled riffles, Garland said [3]; *One holds a ferocious-looking, long-barreled rifle* [3].

2. Комплементарные (дополняющие) антонимы – образуют пары, в которых противопоставление представлено двумя членами, дополняющими друг друга до целого, так что отрицание одного компонента дает значение другого (*ядерные силы – неядерные силы, combatant – non-combatant*). Напр., русск. *Стратегические ядерные силы обновлены на 95 процентов, заявил Путин* [1]; *Зеленский предложил разместить на Украине неядерные силы сдерживания* [1]; англ. *Finland charges a combatant with war crimes allegedly committed in 2014 in Ukraine* [3]; *More than 2,600 Yazidi non-combatants remain unaccounted for, a decade after their capture* [3].

3. Векторные – антонимы, которые выражают противоположную направленность процессов и признаков (*вмешательство – невмешательство, sanction – counter-sanction*). Напр., русск. *Отношения Китая и России не терпят вмешательства, заявили в МИД КНР* [1]; *Россия выступает за невмешательство во внутренние дела других стран* [1]; англ. *UK and US sanction two Russian oil firms* [3]; *Today it's Russia and Belarus. Tomorrow it's the next country and then the other countries coming back with counter-sanctions* [3].

Результаты исследования позволяют сделать следующие **выводы:**

1. В сопоставляемых языках по тематическому принципу выделено 7 групп военных терминов, продуктивность которых не одинакова. В русском языке преобладают военные термины, входящие в ТГ «Наименования боевой техники» и «Боевых действий», в английском – ТГ «Наименования боевой техники» и «Видов вооружения».

2. В англо- и русскоязычных СМИ встречаются как однозначные, так и многозначные военные термины. При этом установлено, что многозначные термины преобладают в обоих языках. Полисемия в сфере военной терминологии основана на метафорическом и метонимическом переносах, при этом метафорический перенос является более продуктивным. В терминологической системе военной терминологии английского и русского языков выявлены синонимические и антонимические отношения, что подтверждает факт ее системности.

3. В текстах СМИ военные термины выполняют номинативную функцию, называя объекты, действия, процессы, относящиеся к военной сфере, а также функцию воздействия на адресата. В большинстве случаев реципиент воспринимает военную лексику негативно, военные термины, употребленные в переносном значении, могут завуалировать неприятную информацию и упростить восприятие текста. Кроме того, военные термины в определенных контекстах часто являются носителями различных эмоционально-экспрессивных оттенков, что способствует формированию у читателя необходимого для автора статьи мнения о происходящих событиях.

4. Военная терминология английского и русского языков непрерывно развивается и пополняется новыми терминами, что является отражением постоянного развития и совершенствования военной науки, вооружения и боевой техники.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Алефиренко Н. Ф. Теория языка. Вводный курс. 2-е изд., испр. и доп. – М.: Академия, 2007. – 368 с.
2. Ахманова О. С. Словарь лингвистических терминов. 2-е изд., стереотип. – М.: Едиториал УРСС, 2004. – 576 с.
3. Даниленко В. П. Русская терминология: Опыт лингвистического описания. – М.: Наука, 1977. – 246 с.
4. Лейчик В. М. Оптимальная длина и оптимальная структура термина // Вопросы языкознания. – 1981. – 63-73 с.
5. Лейчик В. М. Терминоведение: предмет, методы, структура. – М.: Книжный дом «Либроком», 2009. – 256 с.

6. Моисеев А. И. О языковой природе термина // Лингвистические проблемы научно-технической терминологии. – 1970. – 114 с.
7. Ожегов С. И. Толковый словарь русского языка. 28-е изд., перераб. – М.: Мир и Образование, 2019. – 1376 с.
8. Реформатский А. А. Введение в языковедение. – М.: Аспект Пресс, 1996. – 536 с.
9. Суперанская А. В., Подольская Н. В., Васильева Н. В. Общая терминология: Вопросы теории. – М.: URSS, 2023. – 248 с.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ ИЛЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРИАЛА

1. РИА НОВОСТИ : сайт : URL: https://ria.ru/?ysclid=m7anb06gwf575918844 (дата обращения: 12.02.2024).
2. The Guardian : сайт : URL: https://www.theguardian.com/international (дата обращения: 10.02.2024).
3. The Independent : сайт : URL: https://www.independent.co.uk/ (дата обращения: 11.02.2024).
4. The New York Times : сайт : URL: https://www.nytimes.com/?ysclid=m7andeiy1v957102375 (дата обращения: 10.02.2024).

MILITARY TERMINOLOGY IN ENGLISH AND RUSSIAN (BASED ON MEDIA TEXTS)

Annotation. This paper examines military terminology in English and Russian based on media texts, provides a thematic classification of military terms, and studies their semantics and features of functioning in English-language and Russian-language media.
Keywords: term, military vocabulary, mass media, English language, Russian language

Bondar E.R.
Scientific adviser: Vetrova E.S. Ph.D., associate professor Donetsk State University
E-mail: bondarliza2804@gmail.com

УДК: 81'373.6

СИНТАКСИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ТЕКСТОВ ТУРИСТИЧЕСКОЙ РЕКЛАМЫ В НЕМЕЦКОМ, АНГЛИЙСКОМ И РУССКОМ ЯЗЫКАХ

Вундер А. Э.
Научный руководитель: Ус Ю. Н., канд. филол. наук, доцент
ФГБОУ ВО «ДонГУ»

Аннотация. Статья посвящена описанию синтаксических особенностей текстов туристической рекламы в немецком, английском и русском языках. В статье проводится сопоставительный анализ особенностей синтаксиса языка рекламы, выявляются общие и специфические черты синтаксиса в грамматическом и культурном аспекте.
Ключевые слова: синтаксис, туристическая реклама, синтаксические конструкции, структура предложений, языковая специфика.

Введение. Язык туристической рекламы играет важную роль в привлечении внимания потенциальных туристов, формировании положительного имиджа туристических продуктов или страны, а также мотивации отправиться в путешествие. Для эффективной коммуникации необходимо учитывать синтаксические, морфологические и стилистические особенности каждого языка. Особенности синтаксической организации таких текстов различаются в зависимости от языковой культуры, что делает изучение их структуры актуальным для лингвистики.

Синтаксис (др. -греч. σύν-ταξις «составление», «координация», «порядок») – раздел лингвистики, в котором изучаются номинативные и коммуникативные языковые единицы: предложение и словосочетание. Синтаксис изучает лексическое и грамматическое значение словосочетаний, а также виды синтаксической связи [4].

Актуальность данного исследования обусловлена растущим интересом к кросс-культурной коммуникации и необходимостью адаптации текстов рекламы с учетом синтаксических особенностей целевого языка. Кроме того, стремительное развитие глобализации и увеличение числа международных брендов требуют более тонкого подхода к локализации рекламных материалов. Взаимопонимание между культурами достигается с учетом специфики синтаксиса, стилистики и культурных кодов, характерных для целевой аудитории.

Объектом исследования являются тексты туристической рекламы на немецком, английском и русском языках.

Предметом исследования выступают синтаксические особенности текстов туристической рекламы в немецком, английском и русском языках.

Цель исследования – выявить и проанализировать общие и специфические черты синтаксиса текстов туристической рекламы в немецком, английском и русском языках.

Эмпирический материал исследования составили 60 текстов туристической рекламы, 20 из которых на немецком, 20 на английском и 20 на русском языке, отобранные путём частичной выборки. Выборка основана на материалах сайтов туристических отелей и агентств.

Основная часть. Синтаксис, как раздел лингвистики, изучает, как слова взаимодействуют друг с другом в контексте языка (в данном случае языка рекламы), а также определяет, какие грамматические и лексические отношения существуют между ними. Важную роль в синтаксисе играет выбор конструкций и форм предложений, который зависит от особенностей языка, культуры и целей коммуникации. Эффективность туристических рекламных сообщений во многом определяется тем, как синтаксические структуры отражают и демонстрируют требования целевой аудитории. В этом контексте важно учитывать, что синтаксические особенности каждого языка

могут существенно влиять на восприятие и понимание языка текстов туристической рекламы.

1.1 Синтаксические особенности туристической рекламы в немецком языке

В немецком языке тексты туристической рекламы выделяются строгостью организации синтаксиса, в которой доминируют информативность и структурная сложность. [5]. Для синтаксиса в немецком языке характерны:

Простые предложения. Краткие, динамичные и фокусируются на основном сообщении, создавая четкий эмоциональный посыл. Используются для передачи ключевых идей или призывов: *Entdecken Sie die Schönheit der Alpen!* – ‘Откройте для себя красоту Альп!’ [9]. Они могут быть распространёнными, как в примере выше или нераспространенными: *Die Alpen rufen.* – ‘Альпы зовут’ [9].

Различные виды сложных предложений. Сложносочиненные предложения: состоят из равноправных частей, соединенных союзами und (и), oder (или), aber (но). Пример: *Besuchen Sie Berlin und erleben Sie seine Vielfalt.* – ‘Посетите Берлин и ощутите его разнообразие’[14]. При этом, самым распространенным союзом является соединительный und. Сложноподчиненные предложения: основное предложение сопровождается рязличными придаточными предложениями: времени („wenn“ – «когда»), причины („weil“ – «потому что»), цели („damit“ – «чтобы») [2]. Другие виды придаточных так же встречаются, но наиболее распространенными являются вышеперечисленные. Пример: *Buchen Sie jetzt, damit Sie von den besten Angeboten profitieren.* – ‘Забронируйте сейчас, чтобы воспользоваться лучшими предложениями’[10].

Инверсия – явление в языке, при котором нарушается обычный порядок слов в предложении. Происходит, когда части предложения меняются местами. Используется для усиления динамики [2]. *‘Jetzt erleben Sie die Highlights Europas!’* – «Сейчас откройте для себя достопримечательности Европы!» [6].

Синтаксическое согласование и связь. Немецкий язык требует строгого согласования подлежащего и сказуемого по числу и лицу: ***Er*** *buch**t*** *ein Zimmer.* – ‘Он бронирует номер’[6]. ***Sie*** *buch**en*** *ein Zimmer.* – ‘Они бронируют номер’ [6]. Кроме того, позиция глагола в сложных предложениях строго фиксирована: в главном предложении он занимает второе место, а в придаточном перемещается в конец: *Ich kaufe ein Reisepaket.* – ‘Я покупаю пакет – тур [6]. *’Heute fahre ich nach Paris.* – ‘Сегодня я еду в Париж’ [6]. *Ich fahre nach Frankreich, weil ich den Eiffelturm sehen möchte.* – ‘Я еду во Францию, потому что хочу увидеть Эйфелеву башню’ [6]. *Das Gemälde bleibt in der Galerie, obwohl es restauriert werden muss.* – ‘Картина остаётся в галерее, хотя должна быть отреставрирована’ [6]. Это создает структурную четкость, что важно для рекламного текста.

Таким образом, в немецком языке туристическая реклама характеризуется строгой синтаксической организацией. Используются простые и сложные предложения, инверсия для усиления динамики, а также строгие правила согласования слов. Это способствует ясности и точности сообщения, что важно для эффективной передачи рекламного посыла.

1.2 Синтаксические особенности туристической рекламы в английском языке

Английский язык отличается лаконичностью и ясностью. Кроме того, международный статус языка делает тексты универсальными и легко воспринимаемыми. Основные синтаксические особенности английского языка:

Простая, точная, лаконичная структура предложений. В английском языке туристической рекламы, как ни в каком другом языке, преобладают ёмкие, но простые и короткие предложения, передающие ключевые идеи и обращающие внимание только на ключевые моменты, без долгого предисловия и введения в тему: *Discover the magic of Greece!* – ‘Откройте для себя магию Греции!’ [12]. И, как и в немецком языке простые

предложения могут быть распространенные и нераспространенные (расширенные или не расширенные).

Также, как немецкий и русский языки, английский использует сложные конструкции предложений для детального описания. Виды сложных предложений в английском совпадают с видами сложных предложений в немецком и русском языках. Сложносочиненные предложения (compound sentence) соединяются союзами and, but, or. Пример: *You can relax on the beach* ***or*** *explore the city's vibrant nightlife.* – 'Вы можете отдохнуть на пляже или исследовать оживленную ночную жизнь города' [12]. По аналогии с немецким языком, союз and является самым распространенным. Сложноподчиненные предложения (Complex Sentence) состоят из главного предложения (The Principal Clause) и придаточных (The Subordinate Clauses). Пример: *Book your trip now so that you don't miss the best deals!* – 'Забронируйте поездку сейчас, чтобы не упустить лучшие предложения' [12]. Придаточная часть предложения может выражаться по-разному. Придаточное, выраженное обстоятельством, является наиболее распространенным среди туристических рекламных текстов в английском языке [1]. Например: *You can enjoy visiting new places because you can explore different cultures.* – 'Вы можете насладиться посещением новых мест, потому что сможете исследовать разные культуры'[12]. Предложения с придаточным причины являются особенно актуальны, так как помогают аргументировать выбор «почему, по какой причине» тот или иной продукт или предложение нужен именно Вам.

Бессоюзное подчинение возможно только с дополнительными и определенными придаточными предложениями. Если бессоюзное придаточное предложение примыкает к глаголу, то оно является дополнительным. Если же бессоюзное придаточное предложение примыкает к существительному, то оно является определительным [1]. *The* ***hotel****, located near the airport, offers free shuttle service.* – 'Отель, расположенный рядом с аэропортом, предлагает бесплатный трансфер' [11].

В риторических вопросах, как и в обычных, используется обычная интонация и грамматическая структура вопросительного предложения. Интонация играет важную роль в риторических вопросах. Обычно они произносятся с определённым акцентом, выражающим удивление, недоумение, или сарказм. В английской речи риторические вопросы часто сопровождаются падением интонации на конце, что показывает, что ответ не требуется. Часто используются для выражения эмоций: удивления, негодования, восхищения, сожаления [5]. Такие вопросы позволяют говорящему показать свою реакцию на определённую ситуацию или факт, что отлично подходит британскому менталитету и обычно закрытым британцам. В языке туристической рекламы риторические вопросы являются частой фигурой. *Looking for your next adventure?* – 'Ищете свое следующее приключение?' [12]. Безусловно, в русском и немецком языке так же существуют риторические вопросы, но для утонченных и элегантных британцев этот стилистический приём – часть культурного наследия.

Согласование в английском языке происходит по числу между подлежащим и сказуемым. Фиксированный порядок слов (SVO – подлежащее, сказуемое, дополнение) обеспечивает ясность и простоту восприятия, что особенно важно в текстах, рассчитанных на международную аудиторию. Однако, по структуре согласования, благодаря всего двум падежам – общему (Common Case) и притяжательному (Possessive case) процесс согласования проходит проще, чем в русском и немецком языках [4]. *Our hotel provides excellent service and stunning views. Guests enjoy comfortable rooms, delicious cuisine, and various entertainment options. The city offers numerous attractions that make every trip unforgettable.* – 'Наш отель предоставляет превосходный сервис и захватывающие виды. Гости наслаждаются комфортабельными номерами, вкусной кухней и разнообразными вариантами развлечений. Город предлагает множество достопримечательностей, которые делают каждую поездку незабываемой'[12].

Английский язык в туристической рекламе характеризуется лаконичностью. Преобладают простые и емкие предложения, а сложные конструкции используются для детальных описаний. Риторические вопросы, фиксированный порядок слов и их согласование способствуют ясности и удобству восприятия, что особенно важно для международной аудитории. Эти критерии и позволяют английскому языку носить статус международного [4].

1.2 Синтаксические особенности туристической рекламы в русском языке

Русский язык отличается богатством синтаксических средств, которые позволяют создавать эмоциональные и выразительные рекламные тексты. Особенности синтаксиса в русском языке:

Простые (распространенные или не распространенные) предложения. Часто используются для прямого послания, донесения простой и лаконичной информации. Простые предложения могут быть расширены прилагательными, союзами, наречиями и другими частями речи [3]. Часто при этом применяется приём перечисления: *'Италия – это уютные улочки, величественные соборы, солнечные пляжи и ароматная кухня!'* [7].

Сложные предложения – это различные типы предложений, которые содержат две или более грамматических основ. Выделяют следующие виды сложных предложений. Сложносочиненные предложения – соединяют части с помощью сочинительных союзов «и», «но», или, «а» [3]. Пример: *'Париж привлекает туристов своей историей, а его атмосфера никого не оставляет равнодушным'* [13]. Сложноподчиненные предложения – соединяют части с помощью подчинительных союзов времени (когда), причины (потому что), цели (чтобы). Пример: *'Забронируйте сейчас, чтобы успеть на лучшие экскурсии.'* Бессоюзные сложные предложения – части соединяются без союзов. Смысловые части соединяются интонацией. Знак разделения – запятая, точка с запятой или двоеточие [3]. Пример: *'Вы приезжайте в Грецию – солнце, море и гостеприимство ждут вас'* [11].

Синтаксис русского языка особенно богат риторическими вопросами и восклицаниями. Риторический вопрос (от греч. "rhetor" – оратор) – одна из стилистических фигур. Вопросительное предложение, содержащее утверждение или отрицание, оформленное в виде вопроса, не требующего ответа. Риторический вопрос, на ряду с риторическим восклицанием или обращением, усиливает эмоциональность высказывания, его выразительность. Эта фигура речи активно вовлекают читателя: *'Готовы отправиться навстречу незабываемым приключениям? '* [8]. Риторическое восклицание – это фигура, в которой в форме восклицания содержится утверждение. Риторические восклицания усиливают в сообщении выражение тех или иных чувств; они обычно отличаются не только особой эмоциональностью, но и торжественностью, приподнятостью тона и настроения. Восклицательные предложения добавляют экспрессии: *'Не упустите шанс увидеть Рим'* [11]!

Синтаксическое согласование и связь. В русском языке синтаксическое согласование осуществляется по числу, роду и падежу между подлежащим и сказуемым, а также определением и существительным. Благодаря богатой системе падежей, которая обозначает грамматические функции слов, русский язык обладает высокой степенью свободы в порядке слов. Но базовый порядок чаще всего – прямой: подлежащее + сказуемое + дополнение. Гибкостью часто пользуются для создания стилистических эффектов, таких как инверсия, что используется в рекламных текстах для усиления выразительности и акцентов. [3] Пример: *'Вас ждут **теплые пляжи и лазурное море.** '* Инверсия: *'Теплые пляжи и лазурное море ждут **именно вас**!'* [11].

Русский язык в туристической рекламе характеризуется разнообразием синтаксических конструкций, включая простые, сложносочиненные и сложноподчиненные предложения, а также бессоюзные конструкции. Активно используются риторические вопросы и восклицания, что придает текстам

эмоциональность и экспрессивность. Гибкость порядка слов и синтаксическое согласование позволяют создавать яркие и эффектные рекламные послания, подчеркивая ключевые идеи и акценты.

Заключение. В ходе исследования были проанализированы синтаксические особенности туристической рекламы на трех языках: немецком, английском и русском. В каждом языке синтаксис имеет свои уникальные особенности, которые играют важную роль в восприятии рекламных сообщений и формировании их эффективности. Каждая из рассмотренных языковых систем использует разные подходы к построению предложений, что напрямую влияет на восприятие рекламных посланий и их воздействие на целевую аудиторию.

Немецкий язык отличается строгой организацией синтаксиса, где доминируют четкие и логичные структуры. В немецкой туристической рекламе используются как простые, так и сложные предложения, в том числе сложносочиненные и сложноподчиненные, что позволяет точно и ясно передавать информацию. Применение инверсии, а также строгое соблюдение порядка слов и согласования между подлежащим и сказуемым в значительной степени способствует ясности и понятности сообщения. Такая структура помогает организовать рекламный текст так, чтобы основной посыл был воспринят с максимальной точностью и легкостью.

Английский язык в контексте туристической рекламы характеризуется лаконичностью и универсальностью. Простота и ясность структуры предложений являются его основными особенностями. Краткость и чёткость – важнейшие принципы, применяемые в английской туристической рекламе, что делает ее доступной и легко воспринимаемой для международной аудитории. В то же время английский язык активно использует риторические вопросы и четкий порядок слов, что способствует динамичности и выразительности рекламных сообщений. Сложные предложения и их особенности помогают детализировать информацию, что усиливает рекламный посыл и обращает внимание на ключевые моменты.

Русский язык в туристической рекламе отличается многообразием синтаксических конструкций, включая использование простых и сложных предложений, риторических вопросов, восклицаний и бессоюзных конструкций. Такая структура позволяет усилить эмоциональную выразительность и экспрессивность текста. Гибкость порядка слов в русском языке даёт возможность акцентировать важные моменты и подчеркивать значимые детали, что играет ключевую роль в создании ярких и эффектных рекламных сообщений. Сложные синтаксические структуры в сочетании с выразительными средствами риторики позволяют сделать текст более привлекательным и запоминающимся для потенциальных туристов.

В целом, синтаксис является важным инструментом для формирования эффективных туристических рекламных текстов. Каждый язык использует свои специфические синтаксические средства для достижения максимальной выразительности, информативности и воздействия на целевую аудиторию. Немецкий язык фокусируется на точности и структурированной подаче информации, английский – на лаконичности и универсальности, а русский – на эмоциональной насыщенности и гибкости. Эти особенности позволяют каждому языку по-своему эффективно воздействовать на восприятие рекламных сообщений, учитывая культуру, традиции и ожидания целевой аудитории [5].

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Crystal D. English as a Global Language [text]: monography/ D. Crystal. – Cambridge: Cambridge University Press, 2003. – pp. 90 – 104.
2. Münch, H. Die Syntax der deutschen Sprache [text]: monography/ H. Münch. – B.: De Gruyter, 2015. – pp. 97 – 110.

3. Круглов В. Н. Степень простоты и сложности сложносочиненных и сложноподчиненных синтаксических единиц [Текст]: диссертация/ В. Н. Круглов. – Тамбов 2009 – 201 С.
4. Левина О. И. Языковые особенности рекламного текста в разных языках [Текст]: монография / О. И. Левина. – М.: Наука, 2012. – С. 105 – 108.
5. Макарова Е. В. Риторика и стилистика в рекламе [Текст]: монография/ Е. В. Макарова. – М.: Флинта, 2016. – С. 118 – 121.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Amazon [Electronic resource]. – Режим доступа: https://www.amazon.de/Highlights-Reisef%C3%BChrer-Reisezielen-Stockholm-besonderen/dp/3734301467 (дата обращения: 01.02.2025).
2. MTS [Electronic resource]. – Режим доступа: https://travel.mts.ru/media/marshruty/krasivye-mesta-italii?utm_referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F (дата обращения: 01.02. 2025).
3. Oman Dreams [Electronic resource]. – Режим доступа: https://omandreams.com/ (дата обращения: 01.02.2025).
4. Schloss Elmau [Electronic resource]. – Режим доступа: https://www.schloss-elmau.de/destination/ (дата обращения: 25.01.2025).
5. Start Skrzyczne [Electronic resource]. – Режим доступа: https://www.startskrzyczne.pl/en/offers/accommodation-with-breakfast-longer-means-cheaper (дата обращения: 25.01.2025).
6. Travel Notes [Electronic resource]. – Режим доступа: https://travel-notes.club/lifehack/376/ (дата обращения: 22.01.2025).
7. Trovatrip [Electronic resource]. – Режим доступа: https://trovatrip.com/trip/europe/greece/greece-with-stephanie-chinn-jun-2025 (дата обращения: 22.01.2025).
8. Vipoture [Electronic resource]. – Режим доступа: https://vipoture.com/?page_id=29805 (дата обращения: 21.01.2025).
9. Visit Berlin [Electronic resource]. – Режим доступа: https://www.visitberlin.de/de (дата обращения: 01.02.2025).

SYNTACTIC FEATURES OF TOURIST ADVERTISING TEXTS IN GERMAN, ENGLISH AND RUSSIAN

Annotation. The article is devoted to the description of the syntactic features of the texts of tourist advertising in German, English and Russian. The article conducts a comparative analysis of the characteristics of the syntax of the language of advertising, the general and specific features of the syntax in the grammatical and cultural aspect are revealed.
Keywords: syntax, tourist advertising, syntactic constructions, proposal structure, linguistic specifics.

A.E.Vunder
Scientific adviser: J. N. Us, candidate of Philology
Donetsk State University
E-mail: alina.vunder2018@gmail.com

УДК 81-2-81-26- 81'22

ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧЕСКОЕ ПОЛЕ «МОДА» ВО ФРАНЦУЗСКОМ ЯЗЫКЕ (ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ)

Вышинская А.В.
Научный руководитель: Кремзикова С.Е., д-р. фил. наук, зав. кафедрой
ФГБОУ ВО «ДонГУ»

Аннотация. В данной работе рассматривается лексико-семантическое поле «Мода» во французском языке на современном этапе. Работа посвящена изучению терминов ЛСП «Мода» с лингвокультурологической точки зрения. Рассматриваются особенности формирования и пополнения данного ЛСП, отражающих историю развития французской моды. На основе анализа лексических единиц, отобранных из интернет-источников, определены ключевые характеристики современной французской модной лексики. Полученные результаты демонстрируют взаимосвязь языка и культуры в сфере моды.
Ключевые слова: мода, лексико-семантическое поле, одежда, модоним, французский язык.

Введение

В словарях термин «мода» в первоначальном и основном значении определяется как изменение форм и стилей одежды, власть определенных вкусов в определенной социальной группе в определенный период времени, особенно в отношении одежды и других аспектов повседневной жизни. [12,13,14]

Одежда является важным атрибутом социума, а лексика, связанная с ней, постоянно развивается. Глобализация моды влияет на терминологию, отражающую лингвокультурный контекст XX-XXI веков. Мода, как социокультурное явление, не только формирует представления о красоте и стиле, но и служит маркером идентичности и принадлежности к определенным социальным группам. Новые области знаний, такие как моделирование одежды и психология моды, способствуют появлению новых терминов.

Современное состояние лексико-семантического поля характеризуется разнообразием терминов и понятий, которые активно пополняются заимствованиями из других языков и новыми концепциями, связанными с изменениями в модных тенденциях. Однако недостаточно изучены лингвокультурологические аспекты формирования и функционирования ЛСП «Мода», а также его влияние на восприятие моды в контексте французской культуры.

Актуальность работы определяется важностью выбранного ЛСП в изучении языковых картин мира разных языков, а также возрастающим интересом к исследованиям в русле антропоцентрической парадигме.

Французский язык имеет долгую историю в области моды и является ведущим языком мировой моды. Исследование этого поля позволяет понять эволюцию модных тенденций. Пополнение лексико-семантического поля «Мода» отражает социокультурные изменения и модные тенденции во французском обществе.

Целью работы является изучение структурной организации ЛСП «Мода», более полное описание актуального словаря модных терминов, что позволит лучше понять особенности французского языка в сфере моды.

Основная часть

Лексико-семантическое поле – сложная система с центром и периферией, иерархией, отсутствием чётких границ и взаимодействием с другими полями. В конце XIX – начале XX века была предложена идея объединения слов и значений в лексические системы. М. М. Покровский отметил, что слова связаны через сходство или противоположность значений и влияют друг на друга. [5, с. 82-83]

Проблема семантической организации лексической системы остаётся сложной и не имеет окончательного решения. Разные исследователи по-разному понимают категории семантического поля, лексико-семантического поля и синонимического ряда. А. А. Уфимцева подчеркивает, что термин «семантическое поле» имеет множество значений, поэтому предпочтителен термин «лексико-семантическое поле», который объединяет лексику по семантическим принципам. Уфимцева также рассматривает различные микросистемы как равноправные виды парадигматических объединений в лексике. [6, с. 263]

Ю. Н. Караулов определяет лексико-семантическое поле как группу слов, связанных по смыслу, представляющую собой иерархическую структуру лексических единиц с общим значением. Таким образом, лексико-семантическое поле является крупной микросистемой с иерархической структурой, состоящей из грамматически различных единиц и формирующей смежные синкретические пространства. [4, с. 176]

В лексико-семантическом поле «мода» выделяют ядро и периферию, разделяя ближнюю периферию и дальнюю периферию. Ядро лексико-семантического поля будет содержать лексику, которая максимально приближена к понятийному признаку и которая максимально точно характеризует центральное, ключевое слово.

Лексическая группа объединяет слова или значения, имеющие общий интегральный семантический признак, обычно выраженный архилексемой. Оно состоит из ядра (архисемы), центра и периферии, пересекающейся с другими полями.

Как отмечает Т. М. Алексеева в своей статье, семантическое поле характеризуется наличием следующих признаков:

– Семантическая связь слов или их значений в рамках поля, выраженная архилексемой (или гиперлексемой).

– Взаимозависимость и взаимоопределяемость лексических единиц.

– Непрерывность смыслового пространства.

– Относительная автономность поля (возможность изучать и описывать поле независимо от других полей).

– Размытость границ поля (определенные слова могут находиться на границе нескольких полей и иметь признаки от каждого из них).

– Упорядоченность (наличие микрополей). [1]

Внутри семантического поля могут быть различные семантические отношения (синонимия, полисемия и др.), а также лексико-семантические группы с противоположными значениями. Структура лексико-семантического поля включает название, ядро, лексические ряды, дериваты, типичную сочетаемость и периферию. Ядро состоит из часто употребляемых слов, тогда как периферия включает менее частотные и многозначные лексемы.

Синонимический ряд представляет собой узкую группировку слов с общими компонентами значения. Периферия содержит языковые единицы с более сложным содержанием, взаимодействующие с другими полями. В поле «мода» выделяются ядро и две периферии, где ядро включает лексику, наиболее точно отражающую центральное понятие.

Ядром рассматриваемого поля во французском языке является лексическая единица «La mode», которая выражает общее инвариантное значение для всего поля. Для определения идентифицирующих и дифференцирующих сем проведен компонентный анализ определений данного понятия. Согласно словарям Le Petit Robert, Larousse и Le Trésor de la Langue Française Informatisé, «La mode» имеет дефиниции:

- Style qui est populaire à un moment donné, en particulier dans les *vêtements, les cheveux, le maquillage,* etc. [13] ‘**Стиль,** который популярен в определенный момент времени, особенно в одежде, прическах, макияже и т.д.’

- Faveur dont jouit, auprès d'un large public et plus ou moins *longtemps,* une personne ou une chose. [14] ‘**Привилегия,** которой пользуется человек или вещь у широкой аудитории на более или менее длительный срок.’
- État de ce qui est apprécié momentanément du public. [13] ‘**Состояние** того, что временно ценится публикой.’
- Littéraire. *Manière de vivre, de se comporter*, propre à une époque, à un pays. [12] ‘Литературный. **Образ жизни**, поведение, характерные для определенной эпохи или страны.’
- *Manière passagère de se conduire*, de penser, considérée comme de bon ton dans un milieu, à un moment. [14] ‘Временная **манера поведения** или мышления, рассматриваемая как уместная в определенной среде в конкретный момент.’
- *Manière de se comporter* propre à un groupe social, une région, un pays. [14] ‘**Манера поведения**, характерная для социальной группы, региона или страны.’
- Aspect caractéristique *des vêtements* correspondant à une période bien définie ; *modèle* correspondant à cette caractéristique. [14] ‘Характерный **аспект одежды**, соответствующий четко определенному периоду; модель, соответствующая этой характеристике.’
- Commerce, *industrie de la toilette*. [12] ‘Торговля, **индустрия моды.’**

Представленные определения позволяют выделить идентифицирующие семы ЛСП «La mode» *manière* ‘манера’ и *style* ‘стиль’, при этом дифференцирующими семами будут являться *des vêtements* ‘одежда’, *les cheveux* ‘прическа’, *le maquillage* ‘макияж’, *modèle* ‘модель’, *vivre* ‘жизнь’, *valeur* ‘ценность’, *faveur* ‘привилегия’, *comportement* ‘поведение’, *longtemps* ‘долгое время’.

В составе ЛСП «Мода» в работе анализируется лексика микрополей «Детская одежда», «Мужская одежда», «Женская одежда, а также соответствующие ей аксессуары.

Французские тексты, посвященные моде (журналы, статьи, каталоги), демонстрируют богатство и разнообразие лексики. Так, анализ тематических публикаций выявил около 700 лексических единиц, связанных с модой. При этом, номинации одежды составляют около 200 единиц, аксессуары представлены приблизительно 150 единицами, стили одежды – около 100 единиц, а термины, связанные с модной индустрией, включая имена дизайнеров, брендов и модных домов, – около 250 единиц.

Одежда отражает эпоху, культуру и психологию общества, а наименования одежды помогают раскрывать национальные культурные особенности. Лексика сферы «одежда и мода» включает семантические связи и группы номинаций, обозначающих различные типы одежды (верхняя, нижняя, зимняя).

В каждой культуре одежда традиционно разделяется на мужскую и женскую. Например, французский интернет-магазин «La Redoute» предлагает категории одежды по гендерно-возрастному принципу: *Femme* ‘Женская’, *Homme* ‘Мужская’, *Enfant* ‘Детская’ *Bébé* ‘Младенческая’. Каждая категория подразделяется на более мелкие разделы для удобства поиска.

В ассортименте женской одежды присутствуют *des robes* ‘платья’, *des jupes* ‘юбки’ и *des accessoires* ‘аксессуары’ с разнообразными деталями, создающими женственный вид. Мужская одежда, наоборот, отличается более простым и функциональным дизайном. Эти различия в наименованиях и дизайне отражают культурные представления о гендерных ролях и современное развитие общества, где детская одежда не разграничивается по половому признаку.

Различия в мужской и женской одежды можно увидеть в наименованиях предметов одежды. Например, ассортимент женской одежды включает в себя *des robes*

‘платья’, *des jupes* ‘юбки’, *des chemisiers* ‘блузки’, *des costumes/des complets* ‘костюмы’, обычно имеющие более разнообразные детали и элементы декора, (например, *la broderie* ‘вышивка’, *la dentelle* ‘кружева’, *les bijoux* ‘украшения’), что создает более женственный и элегантный вид. А также аксессуары, такие как *des sacs* ‘сумки’, *des chapeaux* ‘шляпы’, *des bijoux* ‘украшения’ и *des chaussures* ‘туфли’. В категории мужской одежды основной фокус направлен на модели и стили, которые популярны среди мужчин. Ассортимент также включает в себя *des chemises à manches longues* ‘рубашки’, *des tee-shirts* ‘футболки’, *des jeans* ‘джинсы’, *des pantalons* ‘брюки’, *des gilets* ‘жилеты’, *des vestes* ‘куртки, пиджаки’, *un smoking* ‘смокинг’, которые чаще имеют более простой и функциональный дизайн без излишних деталей и украшений. И, конечно же, аксессуары, такие как *des ceintures* ‘ремни’, *des porte-monnaies/des portefeuilles* ‘кошельки’, *une montre* ‘часы’ и *des chaussures* ‘обувь’.

Раздел детской одежды заслуживает особого внимания, поскольку обладает рядом особенностей, не характерных ни для одного другого вида одежды. Можно заметить, что основной фокус направлен на модели и стили, которые подходят для детей разных возрастных групп. Ассортимент включает детскую верхнюю одежду: *des salopettes* ‘комбинезоны’, *des robes* ‘платья’, *des tee-shirts* ‘футболки’, *un short* ‘шорты’, *des jupes* ‘юбки’ и другие предметы детской одежды, чаще имеющие яркие и игривые дизайны, включая *des imprimés ludiques* ‘принты’ с героями мультфильмов и *des couleurs vives* ‘яркий цветовой спектр’. К тому же, учитываются особенности роста и развития детей, предлагая соответствующие размеры и подход к комфорту и безопасности.

Лексические единицы, связанные с модой, представляют собой динамичный набор терминов, изменяющийся под воздействием историко-культурных факторов. Изучение моды помогает понять разнообразие одежды и внешние влияния на лексику языка. Специализированная лексика во французском языке включает множество терминов для описания различных видов одежды, например, к одежде выше пояса ‘vêtements au-dessus de la taille’ относятся *le t-shirt* ‘футболка’, *la chemise de femme* ‘женская рубашка’, *le pull* ‘пуловер, свитер’; к одежде ниже пояса ‘vêtements en dessous de la taille’ – *le pantalon* ‘брюки’, *la jupe* ‘юбка’, *les collants* ‘колготки’; верхняя одежда ‘vêtements de dessus’ включает *l'imperméable* ‘дождевик’, *le manteau* ‘плащ, пальто’, *la veste* ‘куртка’. Эти термины не только описывают предметы, но и передают их структуру и стиль.

Интересным является наличие в составе рассматриваемого ЛСП модонимов, которые образованы путем звукоподражания. Ономатопеический ряд слов характерен для микрополя «Детская одежда», так как построен на повторении слогов, часто используемых детьми, такие как *doudoune* для обозначения теплой куртки или комбинезона, где повторение слога «dou» создает эффект мягкости и уюта; слово *boubou* обозначает легкую одежду, вызывая ощущения комфорта; *chouchou* – это резинка для волос, звучание которого передает игривость и милоту; *mimi* описывает милые детали в одежде, добавляя игривый характер. Хотя ономатопеические модонимы проникают в лексику других смежных микрополей, таких как «Мужская одежда» или «Женская одежда, логично считать этот способ словообразования характерным для микрополя «Детская одежда».

Расширение лексикона в сфере «Мода» связано с заимствованиями из других языков, особенно из английского: *Un(e) fashion addict* ‘человек, страстно увлеченный модой’; *un trench-coat* ‘тренч’; *un look de ouf* ‘потрясающий образ’, *shopping beauté* ‘приобретение косметики’, *un streetwear* ‘уличная мода’, *un pop-up store* ‘временный магазин’, *un outfit* ‘наряд’, *un look* ‘образ’, *un must-have* ‘обязательная вещь в гардеробе’. Это вызывает дискуссии о влиянии на французскую культуру. Правительство Франции приняло закон о французском языке, но эффективность мер по остановке заимствований вызывает сомнения. Французский сленг постоянно развивается, влияя на модную

культуру. Дизайнеры и стилисты используют его для самовыражения и связи с социальными группами. Модный сленг привлекает внимание исследователей, так как отражает современный образ жизни.

Термин haute couture (высокая мода) обозначает уникальные изделия, созданные вручную по индивидуальным меркам, и восходит к Чарльзу Фредерику Уорту, основателю кутюра. Синдикат высокой моды, основанный в 1868 году, определяет бренды, соответствующие строгим критериям. [3]

Термин *prêt-à-porter* – ‘прет-а-порте’, что значит «готовое к ношению» – это одежда массового производства, возникшая в середине XX века. Пьер Карден стал одним из первых кутюрье, создавших готовые модели. Эта одежда предназначена для широкой аудитории и более доступна по цене. Сегодня модные дома получают основную часть дохода от продажи готовой одежды. [7]

Как уже выяснилось, номинации одежды во французском языке отражают социальные и гендерные аспекты, подчёркивая статус и роль, как женщин, так и мужчин в обществе. Французский язык, как зеркало культуры, запечатлевает в своей лексике не только названия предметов гардероба, но и сложные социальные конструкты, связанные с модой и идентичностью. Так, во франкоязычных странах Африки и регионах Франции распространено давать людям прозвища, основанные на их стиле одежды. Например, *Crack* означает ‘модник’, а прозвище *Sapeur* определяет красиво одетого человека, который обращает внимание на моду и стиль. Наименование, как *Bebelle* (Турень, Бургундия), происходящее от французского слова *babiole*, что означает ‘детская игрушка’, связано с молодыми девушками, напоминающими куклу Барби своим стилем. [11]

Анализ выражений, связанных с модой, таких как: *Être hype* ‘быть в тренде, популярным’; *Être stylé(e) jusqu'au bout des ongles* ‘быть стильным до кончиков ногтей’; *Être un(e) accro de la mode* ‘быть зависимым от моды’; *Un(e) fashionista en herbe* ‘начинающий модник/модница’ показывает, что они отражают динамичность и креативность мира моды во французском языке.

Мода – это исторический и культурный феномен, представленный в языке. Изучение лексико-семантического поля «Мода» позволяет проследить языковое развитие на разных этапах. В области «мода» наблюдается рост заимствований из других языков, особенно английского, начиная с конца XX века – начала XXI, что связано с развитием процесса глобализации и возросшим влиянием американской лингвокультуры.

Лексико-семантическое поле «Мода» во французском языке является ярким примером взаимодействия языка и культуры. Анализ модонимов и тематическая классификация наименований одежды позволили определить влияние исторических и культурных факторов на формирование модной терминологии. Одежда является не только элементом повседневности, но и индикатором эпохи и индивидуальных предпочтений. Изучение ЛСП «Мода» углубляет понимание языковых процессов и способствует развитию лексикографических навыков, что имеет практическую ценность для изучающих французский язык. Проведенный анализ ЛСП «Мода» отмечает постоянное обновление его лексического состава, в том числе, и путем заимствования новых терминов из других языков.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Алексеева, Т. М. Лексико-семантическое поле иллокуции: определение и структура // Актуальные вопросы современной науки. – 2009. – №10. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://cyberleninka.ru/article/n/leksiko-semanticheskoe-pole-illokutsii-opredelenie-i-struktura (дата обращения: 28.10.2024).

2. Интернет-магазин La Redoute [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.laredoute.ru/ (дата обращения: 05.02.2025)
3. История Haute Couture [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://tom6.ru/articles/istoriya-haute-couture/ (дата обращения: 05.02.2025)
4. Караулов, Ю. Н. Структура лексико-семантического поля / Ю.Н Караулов // –1972. – №1. –314 с.
5. Покровский, М. М. Избранные работы по языкознанию. – М.: Изд-во Акад. наук СССР, 1959. – С. 82-83.
6. Уфимцева, А. А. Теории «семантического поля» и возможности их применения при изучении словарного состава языка // Вопросы теории языка в современной зарубежной лингвистике. – М., 1961.
7. Чем от-кутюр отличается от прет-а-порте? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://aif.ru/society/history/chem_ot-kutyur_otlichaetsya_ot_pret-a-porte (дата обращения: 28.01.2025)
8. An etymological dictionary of the French language. Translated by G.W. Kitchin. By Brachet, Auguste, 1844-1898 and dussouchet, Jean Jacques, 1843.
9. G. Ambrose, P. Harris: Dictionnaire visuel de la mode. Paris., Pyramide., 2008.
10. Encyclopedia Britannica – URL: https://www.britannica.com/
11. Histoire de la mode et du vêtement: de la préhistoire à nos jours – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.portaildelamode.com/histoire-mode/ (дата обращения: 05.02.2024)
12. Larousse: DICTIONNAIRE DE FRANÇAIS. – Larousse-edu.fr © Larousse. – URL: http://www.larousse.fr/
13. Le Petit Robert. – © 2015 Dictionnaires Le Robert. – URL: http://www.lerobert.com/
14. Le Trésor de la Langue Française Informatisé. – Jacques Dendien. – URL: http://atilf.atilf.fr/

LEXICO-SEMANTIC FIELD "FASHION" IN THE FRENCH LANGUAGE (LINGUOCULTURAL ASPECT)

Annotation. This paper examines the lexical-semantic field "Fashion" in the modern French language. The work focuses on the study of the terms of the LSF "Fashion" from a linguacultural perspective. The features of the formation and expansion of this LSF are considered, reflecting the history of French fashion development. Based on the analysis of lexical units selected from Internet sources, the key characteristics of contemporary French fashion vocabulary are determined. The results demonstrate the relationship between language and culture in the realm of fashion.
Keywords*:* fashion, lexical-semantic field, clothing, modonym, French language

Vyshinskaya A.V.
Scientific adviser: Kremzikova S.Y., Doctor of Philology, Associate Professor, head of department Donetsk State University
E-mail: casserolann06@mail.ru

УДК 811.111.2.161.1:81'37

ОСОБЕННОСТИ СЕМАНТИКИ УСТОЙЧИВЫХ ВЫРАЖЕНИЙ СО ЗНАЧЕНИЕМ «ДЕНЬГИ, БОГАТСТВО» В АНГЛИЙСКОМ И РУССКОМ ЯЗЫКАХ

Гатикоева М.Г.
Научный руководитель: Писарева В.В., канд. филол. наук, доцент
ФГБОУ ВО «ДонГУ»

Аннотация. Данная статья посвящена исследованию семантики устойчивых выражений со значением «деньги, богатство» в английском и русском языках. Эмпирический корпус материала представлен в виде 18 лексико-семантических групп в сопоставляемых языках. Выявлена специфика семантики ФЕ и ПЕ со значением «деньги, богатство».
Ключевые слова: устойчивое выражение, фразеологическая единица, паремия, семантика, деньги.

1.Вступление. Среди лингвистических исследований в области фразеологии значительное внимание уделяется анализу отдельных групп фразеологических единиц (далее – ФЕ), объединенных общим значением. Исследование основано на подходе А.В. Кунина и включает методы фразеологической идентификации и описания. Примеры таких работ включают исследования А. Р. Залялеевой, посвященные английским и русским фразеологическим единицам с компонентом «человек» [1], а также работы С. Л. Яковлевой и М. А. Першиной, рассматривающие английские фразеологические единицы с «морским» компонентом [2]. Также следует отметить исследования А. М. Прохоровой, посвященные русским и английским фразеологическим единицам с компонентом «цвет» [3], и работы А. Р. Каюмовой и Н. В. Коноплевой, охватывающие фразеологические единицы с компонентом «огонь» на русском, английском, испанском и татарском языках [4]. Важными являются исследования Ю. Н. Куличенко и Е. М. Королевской, рассматривающие фразеологические единицы с зоонимическим компонентом, а также работы Э. И. Галиуллиной, анализирующей фразеологические единицы, обозначающие характер человека [6], и Г. А. Натуральновой, посвященные фразеологизмам с числовым компонентом в русском и мордовском языках [7].

Актуальность исследования обусловлена особым вниманием, которое уделяется в последнее время изучению фразеологизмов с различной семантикой. Устойчивые выражения со значением финансового благосостояния заслуживают детального изучения, так как являются носителями определенного символического и/или культурологического смысла, отображением определенных реалий. Это касается не только наименований денежных единиц, но и более широкого спектра семантических аспектов, которые входят в базовый словарь каждого языка.

В качестве объекта исследования выступили фразеологические единицы и паремии со значением денег и богатства в английском и русском языках. Предметом исследования является семантика ФЕ и ПЕ со значением денег и богатства в английском и русском языках.

Цель исследования состоит в выявлении сходных и отличительных черт во фразеологизмах и паремиях со значением «деньги, богатство». Материалом исследования послужили 372 ФЕ и ПЕ (220 ед. в английском языке и 152 ед. в русском языке), отобранных методом сплошной выборки из толковых и фразеологических одно- и двуязычных словарей. Анализ материала показал, что наиболее продуктивной группой в английском языке является ЛСГ «Характеристика денег» (28 ед.), а наименее продуктивной — «Денежная компенсация» (2 ед.). В русском языке наибольшая фразеоактивность также наблюдается в группе «Характеристика денег» (31 ед.),

меньшая – в группе «Управление финансами» (2 ед.). Количественное соотношение лексико-семантических групп, исследуемых устойчивых выражений в сопоставляемых языках представлено в таблице (см. табл. 1).

2. Семантика устойчивых выражений со значением «деньги, богатство» в английском и русском языках. В ходе анализа английских и русских устойчивых выражений со значением «деньги, богатство», с точки зрения общности их значения выделено 12 лексико-семантических групп (ЛСГ), общих для двух языков:

2.1. Наибольшую продуктивность в сопоставляемых языках обнаруживает ЛСГ «Характеристика денег»: в английском языке (28 ФЕ (12,73%) и в русском языке (31 ФЕ (20,39%)). Примерами ФЕ данной группы являются такие единицы, как англ. *a quick buck* <money that was easily made> букв. ‘быстрые деньги’, т.е. деньги, которые легко заработать, ср.: англ. *It was a quick buck scheme that ended up costing people a lot of money* [10]; англ. *money for jam* <earning money easily> букв. ‘легкие деньги’; *red cent* <a small amount of money> букв. ‘мелочь’, т.е. гроши; рус. *поповские деньги* <о сумме, представленной мелкими монетами>; рус. *кадровые деньги* <заработная плата>, ср. рус. *Он взял на поповские деньги «полкилограмма» водки, тут же осаденил, закусил буженинкой и пошел к отцу Герасиму*. (Василий Шукшин «Мастер») [8].

В данной группе можно выделить подгруппу «Незаконные деньги». Примерами данной подгруппы являются такие единицы, как англ. *hush money* <a bribe given to someone to keep them from disclosing information> букв. ‘молчаливые деньги’, т.е. взятка за молчание. Рассмотрим пример употребления данной единицы в английском языке: англ. *The politician was accused of paying hush money to cover up the scandal* ‘Политика обвинили в том, что он платил взятку за молчание, чтобы скрыть скандал’ [9]; англ. *funny money* <counterfeit money> букв. ‘неправильные деньги’, т.е. фальшивые деньги; рус. *безгрешные доходы* <взятки>: «*Кроме своего жалованья, откуда у них могут быть безгрешные доходы*?» (Новиков-Прибой Алексей Силыч «Соленая Купель») [8]; рус. *опять за рыбу гроши (деньги)* <легализовать деньги, полученные незаконным путем>.

2.2. ЛСГ «Расходы и платы» является второй по продуктивности и насчитывает 27 ед. (12.27%) в английском языке и 21 ФЕ (13.82%) в русском языке. В её состав вошли такие устойчивые выражения как англ. *to fork out* <to pay a large amount of money> букв. ‘раскошелиться’, т.е. заплатить много; англ. *pay top dollar* <to pay a lot of money for something> букв. ‘заплатить большие деньги’, т.е. заплатить много денег за что-то; рус. *тратить деньги направо и налево* <тратить деньги бездумно>; рус. *сорить деньгами* <тратить деньги неосторожно и бездумно>. Стоит отметить, что в английском языке присутствуют ФЕ, которые несут в себе смысл исключительно непреднамеренной, не запланированной субъектом потери денег, ср.: англ. *rip off* <the act of stealing> букв. ‘обдираловка’, т.е. акт кражи; англ. *take a beating* <to lose a large amount of money> букв. ‘понести убытки’, т.е. потерять большую сумму денег; англ. *to take a financial hit* <to suffer a loss of money> букв. ‘понести финансовый удар’, т.е. потерять деньги.; рус. *плакали денежки* <потерять деньги>

2.3. ЛСГ «Заработок и доходы» составляет 26 ФЕ (11.82%) в английском языке и 15 ФЕ (9.87%) в русском языке. Например, ФЕ английского языка *gravy train* <a source of income that requires little effort> букв. ‘поезд с подливкой’ имеет семантику легкого способа заработка. В неё также вошли такие единицы как англ. *cash cow* <a business or product that generates a steady income> букв. ‘дойная корова’, т.е. источник стабильного дохода; рус. *грести деньги лопатой* <наживать богатство>; рус. *делать деньги* <зарабатывать деньги>.

2.4. В рамках ЛСГ «Финансовый достаток» были отмечены 24 ед. (10.91%) в английском языке и 20 ед. (13.16%) в русском языке. Данная ЛСГ включает в себя ряд устойчивых выражений, связанных с концепцией накопленного богатства и финансового состояния. Например, английское выражение *born with a silver spoon in one’s mouth* <a

way of describing a person who was born with a lot of money> букв. ‘родиться с серебряной ложкой во рту’, т.е. родиться в богатой семье. Данная ФЕ указывает на наличие значительных материальных ресурсов с момента рождения. Другим примером является фразеологизм *rolling in dough* <to have a lot of money> букв. ‘катиться в тесте’, т.е. иметь много денег. Она также подчеркивает финансовое благополучие. Кроме того, существует русское выражение *богат как Крез,* которое используется для характеристики человека с очень высоким уровнем благосостояния. Аналогично, ФЕ *быть при капиталах* указывает на наличие значительных финансовых средств. Таким образом, указанные выражения демонстрируют, как в английском и русском языках отражаются аспекты финансового благосостояния.

2.5. ЛСГ «Характеристика предметов и их стоимость» (англ. 22 ед. (10 %); рус.7 ед. (4.61%)) охватывает ряд фразеологических единиц и паремий, описывающих ценность предметов. Примером единицы данной группы может послужить английская ФЕ *to be worth a fortune* <to have a very high value> букв. ‘стоить целое состояние’, т.е. иметь большую ценность. Вторым примером является единица *to be worth its weight in gold* <to be very valuable> букв. ‘стоить своего веса в золоте’, т.е. быть очень ценным. Нужно отметить, что русском языке больше ФЕ, которые отражают низкую стоимость, ср.: рус. *гроша ломаного не стоит* <стоить ничтожно мало>; рус. *грош цена* <не представляет никакой ценности, имеет небольшую цену, никуда не годится>.

2.6. ЛСГ «Бедность» (англ. 20 ед. (9.09%); рус. 22 ед. (14.47%)) включает в себя такие устойчивые выражения как англ. *broke as a joke* <completely out of money, often humorously> букв. ‘сломанный как шутка’, т.е. совершенно без средств; англ *feel the pinch* <to experience financial difficulties> букв. ‘чувствовать ущемление’, т.е. испытывать финансовые трудности. В русском языке аналогичные выражения также акцентируют внимание на состоянии бедности, напр. рус. *бедный как церковная мышь* <очень бедный человек>; рус. *голь перекатная* <безродный бродяга, нищий>;

2.7. Особый интерес представляет ЛСГ «Оценочная характеристика человека» (15 ед. (6.82%) в английском языке и 13 ФЕ (8.55%) в русском языке). В английском языке насчитывается 15 ед., из которых 4 единицы имеют положительную окраску и 10 единиц – отрицательную. Например, англ. *the rose that grew from concrete* <a person who achieved greatness despite difficult circumstances> букв. ‘роза, выросшая из бетона’, т.е. человек, который достиг величия, несмотря на неблагоприятные условия; англ. *Midas touch* <the ability to easily turn any venture into a profitable success, as if by magic.> букв. ‘касание Мидаса’, т.е. способность превращать любое дело в успешное и прибыльное. Данные выражения несут в себе положительную коннотацию. Отрицательная коннотация представлена такими единицами, как англ. *have more money than sense* <to describe a person who foolishly spends money> букв. ‘иметь больше денег, чем ума’, т.е. описывать человека, который безрассудно тратит деньги. В русском языке количество подобных ФЕ и ПЕ составляет 13 ед. (2 ед. с положительной коннотацией и 10 ед. с отрицательной коннотацией). Русские выражения *золотые руки* <умение зарабатывать деньги своими руками>; *широкая натура* <не мелочный человек> несут в себе положительный контекст, в то время как фразеологизмы *тугой на деньги* <скупой человек>; *богатенький буратино* <человек с большими деньгами, но с низким уровнем интеллекта или культуры> несут в себе отрицательный контекст. Стоит отметить выражение, которое является нейтральным: рус. *считать копейку* <быть очень экономным и бережливым>.

2.8. ЛСГ «Экономия и сбережения» (англ. 10 ед. (4.55%); рус. 7 ед. (4.61%)) иллюстрирует подходы к финансовой грамотности и важность накоплений в разных культурах. К примеру, английская ФЕ *a rainy day fund* <savings set aside for emergencies> букв. ‘фонд на черный день’ обозначает запасные сбережения на экстренные случаи; аналогично, англ. *nest egg* <savings set aside for future use, often for retirement> букв. ‘гнездо с яйцом’, т.е. сбережения на будущее; рус. *держать в кубышке* <не использовать,

не тратить, хранить дома (о деньгах)>; рус. *беречь каждую копейку* <экономно расходовать деньги >.

2.9. ЛСГ «Действия человека» насчитывает 7 ФЕ (3.18%) в английском языке и 5 ФЕ (3.29%) в русском языке. К ней относятся такие единицы как англ. *put one's money where one's mouth is* <to imply that someone should stop talking about ambition, and start taking action to realize it> букв. 'положить деньги туда, где рот' т.е. подтверждать свои слова действиями; англ. *kill the goose that lays the golden egg* <to destroy something that brings you wealth> букв. 'убить гусыню, несущую золотые яйца', т.е. уничтожить то, что приносит вам много денег. Примерами таких единиц в русском языке служат *жить на шее у кого-то* <зависеть от кого-то финансово>; *считать деньги в чужом кармане* <интересоваться чужими (как правило - более высокими) доходами>.

2.10. ЛСГ «Выражение мнения» (6 ед. (2.73%) в английском языке и 2 ед. (1.32%) в русском языке) отражает различные аспекты мнений и оценок, подчеркивая важность личного взгляда на ситуацию, ср.: англ. *to put in one's two cents* <to offer an opinion> букв. 'высказать свое мнение'; англ. *for my money* <in my opinion; as far as I am concerned> букв. 'за мои деньги', т.е., по моему мнению, что касается меня; рус. *в грош не ставить* <не придавать значения кому-либо или чему-либо, не считаться с кем-либо или чем-либо>; рус. *рублём подарит* <народнопоэтическое выражение, означающее высокую похвалу какому-либо действию>.

2.11. В ЛСГ «Долговые обязательства» вошли 3 ФЕ (1.36%) в английском языке и 5 ФЕ (3.29%) в русском языке. ФЕ и ПЕ данной группы подчеркивают различные аспекты долговых обязательств и финансовых трудностей, с которыми сталкиваются люди в своей жизни. Например, англ. *be in the red* <to be in debt> букв. 'быть в красном', т.е. быть в долгах; англ. *to be in a financial hole* <to be deeply in debt> букв. 'быть в финансовой яме', т.е. иметь большие долги; рус. *деньги на бочку* <призыв немедленно, как можно скорее вернуть деньги, долг>; рус. *влезать в долги* <брать взаймы много денег>; рус. *давать деньги в рост* <одалживать кому-либо деньги в долг под проценты>.

2.12. ЛСГ «Управление финансами» (англ. 2 ед. (0.91%); рус. 2 ед. (1.32%)) демонстрирует наименьшую частотность. Устойчивые выражения данной группы имеют семантику ответственного управления ресурсами; например, фразеологизмы и паремии англ. *cut your coat according to your cloth* <to adapt to one's circumstances> букв. 'резать пальто по ткани', т.е. адаптировать планы к финансовым возможностям; англ. *pay as you go* <a payment system that allows you to pay before a service> букв. 'плати по мере использования', т.е. система оплаты перед использованием услуги; рус. *золотая середина* <оптимальное решение в финансах>; рус. *принять кассу* <взять на себя ответственность за финансовые средства предприятия, проверить и учесть все денежные поступления и расходы>. Рассмотрим также примеры употребления единиц данной группы: англ. *In terms of implementation, it is a pay as you go feature* 'С точки зрения реализации, это система оплаты услуги' [9]; рус. *Важно найти золотую середину между экономией и разумными тратами, чтобы не упустить возможности для инвестиций* [8].

Стоит упомянуть о группах, которые выявлены были только для английского языка.

2.13. ЛСГ «Бизнес и проекты» (8 ед. (3.64%)) подчеркивает важность финансового управления и устойчивости бизнеса. Понимание денежного потока и рисков, связанных с прекращением деятельности, критически важно для успешного ведения бизнеса; например, англ. *cash flow* <the movement of money in and out of a business> букв. 'денежный поток', т.е. движение денег в бизнесе; англ. *go out of business* <to cease operations permanently> букв. 'выйти из бизнеса', т.е. прекратить деятельность навсегда.

2.14. ЛСГ «Выгода» начитывает 6 (2.73%). Эта группа демонстрирует, как личные интересы и выгоды влияют на взаимодействие между людьми и организациями;

например, англ. *a piece of the pie* <a share of something beneficial> букв. ‘кусок пирога’, т.е. доля в чем-то выгодном; англ. *a vested interest* <a strong personal interest in something due to potential personal gain> букв. ‘заинтересованность’, т.е. личная заинтересованность в чем-либо, так как вы можете получить от этого выгоду и деньги.

2.15. ЛСГ «Инвестиции и риск» (5 ед. (2.27%)). Группа акцентирует внимание на рисках и возможностях, связанных с инвестициями. К ней относятся такие единицы как англ. *a high-stakes game* <a risky financial situation> букв. ‘игра с высокими ставками’, т.е. рискованная финансовая ситуация; англ. *a money spinner* <a business or investment that generates a lot of money> букв. ‘денежный вертолет’, т.е. прибыльный бизнес или инвестиция.

2.16. ЛСГ «Финансовая помощь» (4 ед. (1.82%)) включает в себя такие устойчивые выражения как англ. *to spare some change/cash* <to lend someone in need a small amount of cash> букв. ‘одолжить немного мелочи’, т.е. одолжить нуждающемуся небольшую сумму денег; англ. *to help one out* <to borrow some money to someone in need> букв. ‘помочь кому-то’, т.е. одолжить деньги нуждающемуся.

2.17. ЛСГ «Правота и уверенность» (4 ед. (1.82%)).К примеру, англ. *to care a cent* <to not care at all> букв. ‘заботиться о центе’, т.е. не беспокоиться ни на цент; англ. *bet your bottom dollar* <to be very certain about something> букв. ‘поставить свои последние деньги’, т.е. быть абсолютно уверенным.

2.18. ЛСГ «Денежная компенсация» (2 ед. (0.91%)). Примером единицы данной группы может послужить английская ФЕ *golden handshake* <a generous severance package> букв. ‘золотое рукопожатие’, т.е. щедрая выходная компенсация.

3. Выводы. В результате исследования можно сделать следующие выводы:

3.1. Английские и русские фразеологические единицы и паремии со значением денег и богатства представляют собой устойчивые выражения, обладающие разнообразной семантикой и эмоциональной окраской.

3.2. В сопоставляемых языках были выделены 18 лексико-семантических групп (из которых 12 общих), среди которых наиболее продуктивными являются ФСГ «Характеристика денег» (28 ед. в английском языке, 31 ед. в русском языке) и «Расходы и платы». В английском языке наибольшую частотность обнаруживает ЛСГ «Характеристика денег» (28 ед.), в то время как в русском языке эта группа насчитывает 31 ед.

3.3. В обоих языках преобладают устойчивые выражения с нейтральной и отрицательной коннотацией, в то время как единицы с положительной оценкой демонстрируют наименьшую частотность. Это подчеркивает общий подход к восприятию финансовых реалий в сопоставляемых лингвокультурах.

3.4. Результаты количественного анализа демонстрируют, что в русском языке имеется больше выражений, отражающих низкую стоимость предметов по сравнению с английским языком, что может свидетельствовать о культурных различиях в восприятии ценности и богатства.

3.5. Устойчивые выражения со значением «деньги» и «богатство» играют важную роль в обеих языках, отражая социальные, экономические и культурные аспекты английской и русской лингвокультур.

Таблица 1

Лексико-семантические группы со значением «деньги, богатство» в английском и русском языках

№	Лексико-семантическая группа	Английский язык		Русский язык	
		Кол-во ед.	%	Кол-во ед.	%
1.	Характеристика денег	28	12.73%	31	20.39%
2.	Расходы и платы	27	12.27%	21	13.82%
3.	Заработок и доходы	26	11.82%	15	9.87%
4.	Финансовый достаток	24	10.91%	21	13.82%
5.	Характеристика предметов и их стоимость	22	10 %	7	4.61%
6.	Бедность	20	9.09%	22	14.47%
7.	Оценочная характеристика человека	14	6.36%	12	7.84%
8.	Экономия и сбережения	10	4.55%	7	4.61%
9.	Действия человека»	7	3.18%	5	3.29%
10.	Выражение мнения	6	2.73%	2	1.32%
11.	Долговые обязательства	3	1.36%	5	3.29%
12.	Управление финансами	2	0.91%	2	1.32%
13.	Бизнес и проекты	8	3.64%	0	0.00%
14.	Выгода»	6	2.73%	0	0.00%
15.	Инвестиции и риск	5	2.27%	0	0.00%
16.	Финансовая помощь	4	1.82%	0	0.00%
17.	Правота и уверенность	4	1.82%	0	0.00%
18.	Денежная компенсация	2	0.91%	0	0.00%
19.	Остаточная группа	2	0.91%	2	1.32%
	Всего	220	100 %	152	100 %

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Залялеева А. Р. Английские и русские фразеологические единицы с компонентом "человек": диссертация [Электронный ресурс] – URL: https://dvs.rsl.ru/?ReturnUrl=%2Finet%2FVrr%2FSelectedDocs%3Fdocid%3D%252Frsl01002000000%252Frsl01002347000%252Frsl01002347389%252Frsl01002347389.pdf (дата обращения: 14.12.2024).
2. Яковлева С. Л., Першина М. А. «Морской» компонент в английских фразеологических единицах [Электронный ресурс] – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/morskoy-komponent-v-angliyskih-frazeologicheskih-edinitsah (дата обращения: 14.12.2024).
3. Прохорова А. М. Семантические особенности фразеологических единиц с компонентом «Цвет» и их антропологическая соотнесенность (на материале английского и русского языков) [Электронный ресурс] – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/semanticheskie-osobennosti-frazeologicheskih-edinits-s-komponentom-tsvet-i-ih-antropologicheskaya-sootnesennost-na-materiale (дата обращения: 16.12.2025).
4. Каюмова А. Р., Коноплева Н. В. Лингвокультурологическая характеристика фразеологических единиц с компонентом «Огонь» английского, русского, испанского и татарского языков [Электронный ресурс] – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/lingvokulturologicheskaya-harakteristika-frazeologicheskih-edinits-s-komponentom-ogon-angliyskogo-russkogo-ispanskogo-i-tatarskogo (дата обращения: 16.12.2024).
5. Куличенко Ю. Н., Королевская Е. М. Сопоставительный анализ фразеологических единиц с компонентом-зоонимом [Электронный ресурс] – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/sopostavitelnyy-analiz-frazeologicheskih-edinits-s-komponentom-zoonimom (дата обращения: 16.12.2025).
6. Галиуллина Э. И. Сопоставительный анализ фразеологизмов, обозначающих характер человека [Электронный ресурс] – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/sopostavitelnyy-analiz-frazeologizmov-oboznachayuschih-harakter-cheloveka (дата обращения: 01.02.2025).
7. Натуральнова Г. А. Фразеологизмы с числовым компонентом в русском и мордовских языках (сопоставительный анализ) [Электронный ресурс] – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/frazeologizmy-s-chislovym-komponentom-v-russkom-i-mordovskih-yazykah-sopostavitelnyy-analiz (дата обращения: 01.02.2025).
8. Национальный корпус русского языка, 2003–2025 [Электронный ресурс] – URL: https://ruscorpora.ru/ (дата обращения: 18.02.2025).

9. The Idioms [Электронный ресурс] – URL: https://www.theidioms.com/ (дата обращения: 18.02.2025).
10. Кунин, А. В. Англо-русский фразеологический словарь [Текст] / А. В. Кунин. – М.: Русский язык, 1984. – 944 с.
11. Macmillan English Dictionary for Advanced Learners [Текст] / M. Rundell, G. Fox. – Oxford: Macmillan Education, 2002. – 372 p.

FEATURES OF THE SEMANTICS OF SET EXPRESSIONS WITH THE MEANING OF "MONEY, WEALTH" IN ENGLISH AND RUSSIAN LANGUAGES

Annotation. This article is devoted to the study of the semantics of set expressions with the meaning of "money, wealth" in English and Russian languages. The empirical material is presented in the form of 18 lexicosemantic groups in the languages under comparison. The specificity of the semantics of set expressions and phraseological units with the meaning of "money, wealth" has been identified.
Keywords: set expression, phraseological unit, paremia, semantics, money.

Gatikoeva M.G.
Scientific Supervisor: Pisareva V.V., Ph.D. in Philology
Federal State Educational Institution of Higher Education "Donetsk State University"
E-mail: madelainegatikoeva@gmail.com

УДК 81'373.611

ПРОДУКТИВНЫЕ МОДЕЛИ ОБРАЗОВАНИЯ ОЦЕНОЧНЫХ НЕОЛОГИЗМОВ ВО ФРАНЦУЗСКОМ И АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКАХ: ПРЕФИКСАЛЬНАЯ ДЕРИВАЦИЯ

Губская В. С.
Научный руководитель: Кремзикова С. Е., д-р .филол. наук, зав.кафедрой
ФГБОУ ВО «ДонГУ»

Аннотация: Современные языки активно развиваются под влиянием социальных, культурных и научных изменений, что приводит к появлению новых слов и значений. Особый интерес представляют оценочные неологизмы, выражающие субъективное отношение к явлениям или объектам. В статье рассматриваются продуктивные модели образования неологизмов во французском и английском языках, образованных префиксальным способом. Анализируются словообразовательные модели производных с префиксами anti-, pro-, ultra- во французском и anti-, mis-, pro–, ultra–, hyper– в английском. Проведенное исследование на материале 1000 лексических единиц из авторитетных словарей выявляет доминирующие словообразовательные тенденции, их роль в формировании оценочной лексики. Анализ продуктивных словообразовательных моделей оценочных неологизмов позволяет глубже понять механизмы языковой экспрессии.
Ключевые слова: словообразование, неологизмы, оценочная лексика, французский язык, английский язык.

Языки постоянно эволюционируют, отражая изменения в обществе, культуре и науке. Одним из наиболее динамичных процессов, сопровождающих языковое развитие, является образование неологизмов – новых слов или значений, возникающих в языке в связи с необходимостью номинации новых реалий [4, с. 100]. Особый интерес представляют неологизмы со значением оценки, так как они не только называют новые явления, но и передают субъективную интерпретацию, эмоциональную реакцию или социальную оценку.

Во французском и английском языках активно развиваются продуктивные словообразовательные модели, по которым создаются новые слова, выражающие оценку, критику или одобрение. Префиксальные образования становятся мощными инструментами риторики, влияя на интерпретацию информации и стилистический облик языка. Исследование этих моделей позволяет не только выявить закономерности их функционирования, но и понять механизмы языковой экспрессии и семантическую динамику в современных коммуникативных практиках [4, с. 10].

Актуальность темы заключается в потребности рассмотрения неологизмов с оценочным значением в рамках антропоцентрической парадигмы в лингвистике; необходимости тщательного изучения и сопоставительного анализа французских и английских словообразовательных моделей производных с оценочным значением. Исследование механизмов формирования неологизмов с оценочным значением, в частности посредством префиксации, позволяет глубже понять закономерности словообразования и семантические процессы в различных языках.

Целью работы – выявить и проанализировать продуктивные словообразовательные модели оценочных неологизмов во французском и английском языках.

Для достижения цели в работе применяются методы и принципы лингвистического анализа: описательный метод, словообразовательный анализ, морфологический анализ, количественный подсчет.

Материалом исследования послужила выборка существительных со значением имени деятеля, в количестве 500 единиц из электронных словарей: Le Petit Robert 2020, 2021 и 2022 года, Le Trésor de la langue française informatisé, Le Dictionnaire des néologismes, Le Dictionnaire des préfixes et suffixes для французского языка и 500 лексических единиц из электронных словарей английского языка: Oxford English

Dictionary (OED), Longman Dictionary of Contemporary English, Word Formation in English (by Ingo Plag).

Префиксация играет ключевую роль в словообразовательной системе языков, обеспечивая продуктивный механизм создания новых лексических единиц [5, с. 225].

Оценочная лексика, в свою очередь, включает слова и выражения, содержащие положительную или отрицательную оценку предмета, действия или явления с точки зрения говорящего [2, с. 25].

Словообразовательный тип трактуется как «схема построения слов определенной части речи», объединенных общностью части речи мотивирующего слова и формантом, «тождественным в материальном и семантическом отношении» [5, с.135]. Рассматривая словообразовательный тип как структурное образование, некоторые исследователи отмечают не только упорядоченную последовательность его компонентов, но и особый тип отношений между ними, определяющий конструктивную суть модели – ее словообразовательное значение [3, с. 20].

Данное исследование неологизмов с оценочным значением в сравнительном аспекте проведено на материале двух разноструктурных языков в синхронном плане. Производные со значением оценки образуются в результате взаимодействия производящих основ, с учетом их грамматической категории и семантического типа выбранной основы, с определенным префиксом и имею положительную или негативную окраску [1, с.73]. Продуктивной словообразовательной моделью считают ту модель, которая активна больше всего и с её помощью образуются новые слова в настоящий момент [1, с. 71].

Проведенное исследование французских неологизмов со значением оценки и их классификация по структурным принципам словообразовательного типа для выявления продуктивных моделей словообразования показало, что неологизмы с этим словообразовательным значением, образуются путем взаимодействия префикса anti-, pro-, ultra- с производящей основой существительного или прилагательного. Словообразовательный анализ 500 единиц неологизмов со значением оценки позволил определить наиболее продуктивные модели образования во французском языке.

По словообразовательной структуре и значению, по количественным данным выделены продуктивные модели образования:

1) Словообразовательный тип Préf. anti- + N^{l} → Anti-N^{2}. Например, неологизмы, образованные по этой модели и зафиксированные словарями: *antimasque* ‘противник ношения масок’, *anti-système* ‘человек или идея, выступающие против существующей системы, власти, норм’, *anti-héros* ‘персонаж, обладающий чертами, противоположными традиционному герою’, *anti-élite* ‘критика или враждебность по отношению к элитам’, *anti-jeu* ‘нечестная игра, нарушение спортивных или моральных принципов’ [9; 10; 11].

1.1) Préf. anti- + N^{l}Suff → Anti-N^{2}. Например: *antiféministe* ‘противник феминизма’, *antiglobalisation* ‘противник глобализации’, *anti-mondialisation* ‘движение, выступающее против глобализации’, *anti-conformisme* ‘противопоставление традиционным нормам и устоявшимся правилам’, *anti-intellectualisme* ‘пренебрежение к интеллектуальной деятельности и науке’ [9; 10; 11].

Префикс anti- служит для образования оценочных неологизмов, выражающих отрицательное или противоположное отношение к чему-либо. Количество выбранных единиц – 230.

2) Словообразовательный тип Préf. pro- + N^{l}/ Adj. → Pro-N^{2}. Например, *pro-choix* ‘сторонник права на аборт’, *pro-migrants* ‘сторонник защиты прав мигрантов’. Широко распространены неологизмы экономической и экологической сферы: *pro-nucléaire* ‘сторонник использования ядерной энергии’, *pro-européen* ‘человек, поддерживающий европейскую интеграцию’. Культурно-медийные неологизмы: *pro-diversité* ‘сторонник культурного разнообразия’ (*pro-* «за» + *diversité* «разнообразие»), *pro-médias* ‘сторонник

свободы СМИ' (*pro-* «за» + *médias* «медиа»), *pro-féministe* 'сторонник феминистских идей' (*pro-* «за» + *féministe* «феминист») [9; 10; 12]. Префикс pro- используется для образования оценочных неологизмов, выражающих поддержку, положительное отношение или приверженность определенной идее, группе или движению. Эти неологизмы широко употребляются в политическом, медийном и общественном дискурсе, отражая современные тенденции и идеологические позиции. Количество выбранных единиц – 170.

3) Словообразовательный тип Préf. ultra- + N^{l}/Adj. → Ultra -N^{2}/ Adj^{2}. Производные имена существительные обозначают носителей убеждений, сторонников идеологий, политических доктрин, а прилагательные обозначают крайнюю степень качества. Например, в политической и социальной сфере встречаются: *ultragauche* 'ультралевые, радикальные левые', *ultralibéral* 'ультралиберальный, приверженец радикального либерализма', *ultramoderne* 'ультрасовременный', *ultradroite* 'ультраправые, радикальные правые', *ultranationaliste* 'ультранационалист', *ultracapitaliste* 'ультракапиталистический', *ultraféministe* 'радикальный феминизм', *ultraconservateur* 'ультраконсервативный' [9; 11]. В экономической и технологической сфере: *ultratechnologique* 'ультратехнологичный' (ultra- «крайне» + technologique «технологический»), *ultraviolence* 'ультранасилие, крайняя жестокость' [12]. Префикс ultra- используется для образования оценочных неологизмов, выражающих усиленную степень качества, интенсивности. крайность в убеждениях, характеристиках и явлениях. Этот префикс придает словам интенсивную эмоционально-оценочную окраску. Количество выбранных единиц – 100. Эти неологизмы активно используются в политическом, экономическом и медийном дискурсе, особенно в журналистике, социальных сетях и массовой культуре.

Исходя из проведенного анализа, можно сделать вывод, что наиболее продуктивной по данным выборки во французском языке является словообразовательная модель, где производными выступают существительные с префиксом anti-. Выборка по данному словообразовательному типу составляет 230 единиц или 46% от общего числа выбранных производных французского языка. Лексические единицы словообразовательного типа Préf. anti- + N^{l} → Anti-N^{2} и Préf. anti- + N^{l}Suff → Anti-N^{2} широко используются в политическом, социальном и научном дискурсе. Словообразовательный тип Préf. pro- + N^{l}/ Adj. → Pro-N^{2} менее продуктивен и составляет 170 единиц от общего числа выбранных производных французского языка или 34% количественной выборки, распространен в политической и идеологической лексике. Словообразовательный тип Préf. ultra- + N^{l}/Adj. → Ultra-N^{2}/Adj^{2} представлен 100 лексическими единицами или 20% количественной выборки.

Словообразовательный анализ 500 английских неологизмов со значением оценки позволил определить наиболее продуктивные модели образования.

Проведенное исследование показало, что в английском языке неологизмы со значением оценки образуются по следующим словообразовательным моделям:

1) Pref. anti- + N^{l} → Anti–N^{2}. Например, политические и идеологические неологизмы, основой которых является существительное: *anti-socialist* 'противник социализма', *anti-feminist* 'противник феминизма', *anti-racist* 'выступающий против расизма', *anti-consumerist* 'критик потребительской культуры', *anti-capitalist* 'противник капитализма *anti-establishment* 'противник правящей элиты, политической системы', *anti-communist* 'противник коммунизма', *anti-immigrant* 'негативно относящийся к мигрантам' [6; 7; 8]. Научные и медицинские неологизмы: *anti-science* 'противник научных достижений', *anti-medicine* 'противник традиционной медицины'. экономические термины *anti-corporate* 'противник крупных корпораций' [6; 8]. Префикс anti- активно используется для образования оценочных неологизмов, выражающих противостояние, негативное отношение или критику по отношению к определённым явлениям, людям, идеологиям или процессам. Лексические единицы, образованные по этой модели, функционируют в

медиа, социальных сетях и журналистике в негативном значении. Количество выбранных единиц – 120.

2) Pref. mis- + N^{l} → Mis–N^{2}. Префикс mis- в английском языке активно участвует в образовании негативно окрашенных оценочных неологизмов, обозначающих ошибку, искажение, неправильное понимание или действие. Например, политические и социальные неологизмы: *misleadership* ‘некомпетентное руководство’, *misrepresentation* ‘искажение информации, ложное представление’, *misjudgment* ‘ошибочное суждение’, *misperception* ‘ложное восприятие’, *misconduct* ‘ненадлежащее поведение (особенно в политике и бизнесе) ’ [6; 7; 8]. Медийные и информационные неологизмы: *misreporting* ‘некорректное освещение событий в СМИ’, *misquote* ‘искажённая цитата’, *misframe* ‘подача информации в неверном контексте’, *misinterpretation* ‘неправильное толкование информации’, *misnarrative* ‘искажённый нарратив, ложный рассказ’. Научные и медицинские неологизмы: *miseducation* ‘неправильное образование, дезинформация’. Экономические и технологические неологизмы: *misinvestment* ‘неудачные инвестиции’, *mispricing* ‘неправильное ценообразование’ [6; 7; 8]. Эти неологизмы особенно популярны в политическом и массово-информационном дискурсе, отражая современные политические, социальные и культурные процессы. Количество выбранных единиц – 40.

3) Pref. pro - + N^{l} → Pro–N^{2}. Префикс pro- в английском языке означает "за", "поддерживающий", "одобряющий», соединяясь с производящей основой, формирует слова со значениями позитивного отношения, одобрения или поддержки определенной идеи, группы или концепции. Например: *pro-choice* ‘поддерживающий право выбора (обычно в контексте абортов)’, *pro-democracy* ‘выступающий за демократию’, *pro-environment* ‘поддерживающий защиту окружающей среды’, *pro-diversity* ‘за разнообразие (например, в обществе или на рабочем месте)’, *pro-education* ‘поддерживающий образование и его развитие’, *pro-science* ‘выступающий за науку и научные методы’, *pro-human rights* ‘за права человека’, *pro-sustainability* ‘поддерживающий устойчивое развитие’, *pro-peace* ‘за мир, против насилия и войн’ [6; 7; 8]. Лексемы, этой модели часто противопоставляются словам с "anti-", создавая полярные оценки (например, *pro-democracy* ‘продемократия’ и *anti-democracy* ‘антидемократия’) [6]. Они часто используются в политическом, социальном и экологическом дискурсе, подчеркивая поддержку определенных движений или принципов. Количество выбранных единиц – 120.

4) Pref. ultra- + Adj^{l} → Ultra–Adj^{2}. Производные с префиксом ultra- в английском языке широко используется в оценочной лексике для обозначения чрезмерности, крайней степени, радикальности или превосходства. Например, *ultrarich* ‘ультрабогатый, относящийся к сверхбогатым людям’, *ultraprocessed* ‘ультрапереработанный (обычно о нездоровой пище, например, фастфуде)’, *ultraconservative* ‘крайне консервативный (в политике, культуре, обществе)’, *ultraliberal* ‘ультралиберальный, придерживающийся радикально либеральных взглядов’, *ultramodern* ‘ультрасовременный, относящийся к последним технологиям или стилям’, *ultraminimalist* ‘крайне минималистичный (в дизайне, искусстве, образе жизни)’, *ultrasensitive* ‘ультрачувствительный, сверхчувствительный (о людях, устройствах, материалах)’, *ultracompetitive* ‘ультраконкурентный, гиперконкурентоспособный (о бизнесе, людях, рынках)’, *ultrafast* ‘ультрабыстрый, сверхскоростной (о технологиях, транспорте, интернете)’, *ultraleft* ‘ультралевый (радикально левые политические взгляды)’, *ultraright* ‘ультраправый (радикально правые взгляды, связанные с национализмом и консерватизмом)’, *ultrasecure* ‘ультрабезопасный (о системах защиты, данных, местах)’, *ultrawoke* ‘ультрасознательный (ироничный термин для людей, чрезмерно продвигающих прогрессивные взгляды)’, *ultragreen* ‘ ультраэкологичный, придерживающийся строгих экологических стандартов’ [6; 7; 8]. Префикс ultra- активно участвует в образовании оценочной лексики, подчеркивая крайние степени качеств, состояний или идеологий. Многие из этих слов имеют либо

положительную, либо негативную/ироничную (коннотацию в зависимости от контекста. Количество выбранных единиц – 120.

5) Pref. hyper- + Adj^1 → Hyper–Adj^2. Префикс hyper- в английском языке в сочетании с исходным прилагательным реализует значения чрезмерности, усиленной интенсивности, высшей степени проявления признака. Он активно участвует в образовании оценочных прилагательных, особенно в контексте современных тенденций, реализуя особенные признаки социальных изменений, достижений медицины, психологии и технологий. Например: *hyperconnected* ‘гиперсвязанный, постоянно находящийся в цифровом взаимодействии (характеристика современного общества)’, *hyperlocal* ‘гиперлокальный, относящийся к очень узкому географическому региону (например, *hyperlocal news* ‘локальные новости, затрагивающие небольшие сообщества’)’, *hypersocial* ‘гиперсоциальный, постоянно взаимодействующий с людьми онлайн или офлайн’, *hyperpolitical* ‘гиперполитизированный, чрезмерно увлеченный политикой’, *hyperproductive* ‘гиперпродуктивный, работающий на пределе возможностей’, *hypersensitive* ‘гиперчувствительный (как в эмоциональном, так и в медицинском смысле)’, *hypercompetitive* ‘гиперконкурентный, характеризующийся высокой конкуренцией’, *hypermasculine* ‘гипермужественный, демонстрирующий чрезмерные маскулинные черты’, *hyperfeminine* ‘гиперженственный, чрезмерно соответствующий традиционным женским стандартам’, *hyperaware* ‘гиперосведомленный, постоянно отслеживающий информацию’, *hyperfocused* ‘гиперсфокусированный, обладающий предельной концентрацией внимания’, *hyperclean* ‘гиперчистый, характеризующийся стремлением к стерильности (например, в медицине или быту)’, *hyperpersonal* ‘гиперперсонализированный, ориентированный на предельно индивидуальный подход (например, *hyperpersonal marketing* ‘маркетинг, адаптированный к конкретному человеку’)’ [6; 7; 8]. Обозначает как положительную, так и отрицательную коннотацию. Положительная: используется для подчеркивания высокой эффективности или интенсивности признака в положительном ключе. Негативная или ироничная: часто применяется для критики или акцентирования чрезмерности и дисбаланса. Количество выбранных единиц – 100.

Продуктивными по данным выборки в английском языке являются словообразовательные типы с префиксами anti-, pro-, ultra-, каждый из которых составляет по 120 единиц или 24%. Они используются в различных сферах, в особенности в политическом и социальном контексте. На основе количественной выборки можно сделать вывод, что словообразовательные типы с основой в качестве существительного, такие как Pref. anti- + N. → Anti-N, Pref. pro - + N → Pro–N продуктивнее чем Pref. ultra - + Adj. → Ultra –Adj. и Pref. hyper - + Adj. → Hyper–Adj.

По данным проведенного анализа были получены следующие результаты.

Производные с Pref. anti- в обоих языках используется для выражения противоположности, антиподности, противостояния, например: *antiracisme* ‘антирасизм’, *antivirus* ‘антивирус’ во французском и *antiwar* ‘антивоенный’, *anti-globalist* ‘противник глобализации’ в английском.

Производные с Pref. pro- также в обоих языках обозначает поддержку, положительное отношение к какой-либо идее: *pro-démocratie* ‘за демократию’, *pro-environnement* ‘за защиту окружающей среды’ во французском и *prochoice* ‘за право выбора’, *pro-equality* ‘за равноправие и социальную справедливость’ в английском.

В обоих языках производные с pref. ultra- используется для выражения крайней степени чего-то, например: *ultra-rapide* ‘ультрабыстрый’, *ultracontemporain* ‘ультрасовременный’ во французском и *ultraclean* ‘ультра-чистый’, *ultraconservative* ‘ультраконсервативный’ в английском.

Исходя из проведенного анализа, можно сделать вывод, что продуктивными по данным выборки во французском и английском языках являются словообразовательные

типы с основой в качестве существительного и префиксами anti- (230 единиц во французском и 120 в английском, или 35% от всей выборки), а также pro- (170 единиц во французском и 120 в английском, или 29% от всей выборки). Неологизмы данных словообразовательных моделей распространены в политических и социальных дискурсах. Во французском языке pro- и anti- являются наиболее активными префиксами для создания неологизмов в оценочной лексике, особенно в политическом и социальном контексте. В английском языке pro- и anti- сохраняют свою активность в области социальной и политической лексики. Словообразовательный тип Préf. ultra- + N^{l}/Adj. → Ultra -N^{2}/Adj^{2} во французском составляет 100 единиц во французском или 10% от всей выборки и обладает низкой продуктивностью, но в английском языке словообразовательный тип Pref. ultra- + Adj^{l} → Ultra–Adj^{2} более продуктивен в словообразовании и отличается образованием прилагательных со значением оценки, составляет 120 единиц или 12% от всей выборки. Словообразовательный тип Pref. hyper- + Adj^{l} → Hyper–Adj^{2} в английском языке имеет среднюю продуктивность, составляет 100 единиц или 10% от всей выборки и особенно употребляем для выражения чрезмерности и интенсивности в различных контекстах. Низкой продуктивностью обладает словообразовательный тип Pref. mis- + N^{l} → Mis–N^{2} в английском языке и составляет 40 единиц или 4% от общего количества выборки.

Префиксы активно взаимодействуют с производными производящими основами, в том числе с суффиксальными производными, содержащими -ist, -iste. Это объясняется их способностью четко маркировать оценочность, привязываясь к существительным, обозначающим лиц или приверженность определенной идеологии (например, *antiféministe* во французском и *anti-feminist* в английском). Суффиксы -ist и -iste продуктивно сочетаются с префиксами anti-, pro-, ultra-, mis-, hyper-, что делает их ключевыми элементами формирования оценочной лексики.

Исследование показало, что французские и английские префиксы демонстрируют определенные предпочтения в выборе основ. Префикс anti- активно взаимодействует с существительными, обозначающими идеологические и социальные группы, создавая слова с негативной оценочной коннотацией. Префикс pro-, напротив, предпочитает основы, связанные с движениями, политическими и культурными явлениями, формируя лексемы с положительной окраской. Префикс ultra- преимущественно сочетается с прилагательными, создавая слова с оттенком крайности и интенсивности.

Английский язык также демонстрирует активное взаимодействие префиксов с основами, производными с суффиксами -ist, -ism. Например, префикс mis- часто комбинируется с существительными, обозначающими абстрактные понятия или действия, что придает словам негативный оттенок. Префикс hyper- широко используется для образования прилагательных, подчеркивая интенсивность признака.

Перспективы дальнейшего исследования оценочных неологизмов в разноструктурных языках могут быть связаны с рассмотрением других способов и моделей их образования, а также с выявлением особенностей функционирования этих единиц в различных типах дискурса.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Катагощина, Н. А. Как образуются слова во французском языке / Н. А. Катагощина. – М.: КомКнига, 2012. – 112 с.

2. Котелова, Н. З. О неологизмах и окказионализмах / Н. З. Котелова // Вопросы языкознания. – 1978. – № 1. – С. 23–35.

3. Кремзикова, С. Е. Структурные особенности многозвенных словообразовательных рядов (словообразовательных парадигм) на раннем этапе развития французского языка / С. Е. Кремзикова // Типология языковых значений в диахроническом и синхроническом аспекте [Электронный ресурс]: сб. ст. / отв. ред. В. Д. Калиущенко. – Донецк: ДонНУ, 2001. – С. 20–26.

4. Лейчик, В. М. Терминоведение: предмет, методы, структура / В. М. Лейчик. – М.: ЛКИ, 2006. – 256 с.

5. Шведова, Н. Ю. Русская грамматика. Т. 1 / Н. Ю. Шведова. – М.: Наука, 1980. – 783 с.

6. Oxford English Dictionary (OED) [Электронный ресурс]. – Oxford: Oxford University Press, 2020. – Режим доступа: https://www.oed.com.

7. Longman Dictionary of Contemporary English [Электронный ресурс]. – Harlow: Pearson Education, 2020. – Режим доступа: https://www.ldoceonline.com.

8. Plag, I. Word Formation in English / I. Plag. – Cambridge: Cambridge University Press, 2003. – 250 p.

9. Le Petit Robert [Электронный ресурс]. – Paris: Le Robert, 2020. – Режим доступа: https://www.lerobert.com.

10. Le Trésor de la langue française informatisé [Электронный ресурс]. – Paris: CNRS, 2020. – Режим доступа: https://www.cnrtl.fr/definition/.

11. Dictionnaire des préfixes et suffixes / Éditions du Seuil. – Paris: Éditions du Seuil, 2020. – 275 p.

12. Le Dictionnaire des néologismes / Robert. – Paris: Robert, 2020. – 320 p.

PRODUCTIVE MODELS OF FORMATION OF EVALUATIVE NEOLOGISMS IN FRENCH AND ENGLISH: PREFIXAL DERIVATION

Annotation. Modern languages are actively developing under the influence of social, cultural and scientific changes, which leads to the emergence of new words and meanings. Of particular interest are evaluative neologisms expressing subjective attitudes to phenomena or objects. The article considers productive models of neologisms formation in French and English languages formed by prefixal method. The word-formation models of derivatives with prefixes anti-, pro-, ultra- in French and anti-, mis-, pro-, ultra-, hyper- in English are analyzed. The conducted research on the material of 1000 lexical units from authoritative dictionaries reveals the dominant word-formation tendencies and their role in the formation of evaluative lexicon. The analysis of productive word-formation models of evaluative neologisms allows us to understand more deeply the mechanisms of linguistic expression.

Keywords: word formation, neologisms, evaluative lexicon, French, English.

Gubskaya V. S.
Scientific adviser: Kremzikova S.E., Doctor of Philology, Associate Professor, head of department Donetsk State University
E-mail: vikusia-gubska@mail.ru

УДК 811.112.2.111.161.1’373.7’371

СЕМАНТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ С КОМПОНЕНТОМ-ФИТОНИМОМ *DIE ROSE/ROSE/РОЗА* В НЕМЕЦКОМ, АНГЛИЙСКОМ И РУССКОМ ЯЗЫКАХ

Заякина В. В.
Научный руководитель: Ус Ю.Н., канд. филол. наук, доцент
ФГБОУ ВО «ДонГУ»

Аннотация. Статья посвящена описанию фразеологических единиц, включающих компонент *die Rose/rose/роза.* В статье проводится сопоставительный анализ фразеологических единиц в семантическом аспекте, выявляются общие и специфические черты культурных коннотаций фитонимов в немецком, английском и русском языках.
Ключевые слова: роза, фразеологическая единица, фитоним, сопоставительный анализ, семантический аспект.

Введение. Фразеологизмы с фитонимным компонентом как часть фразеологического фонда языка занимают важное место в языковой картине мира, поскольку, они, характеризуя различные фрагменты действительности, являются отражением национальной ментальности, культурных традиций и мировоззрения [2].

Фразеологические единицы с фитонимным компонентом включают в себя выражения, содержащие элементы, относящиеся к растительному миру, а именно не только названия растений, но и наименования их частей и различных растительных групп [3].

Статья посвящена описанию фразеологических единиц (далее ФЕ), включающих компонент-фитоним *die Rose/rose/роза* в немецком, английском и русском языках.

Роза, как символическая составляющая, широко представлена в различных языках и культурах. Будучи метафорически богатым образом, она находит отражение в фразеологическом фонде анализируемых языков.

Актуальность исследования обусловлена возросшим интересом современных лингвистов к выявлению дивергенции и конвергенции в культурных и семантических интерпретациях данного компонента, что особенно актуально в условиях межкультурной коммуникации и глобализации.

Объектом исследования являются ФЕ немецкого, английского и русского языков, включающие компонент *die Rose/rose/роза.*

Предмет исследования – семантические, культурные и символические особенности фразеологизмов с компонентом *die Rose/rose/роза* в немецком, английском и русском языках.

Цель исследования – выявить и проанализировать семантические особенности ФЕ с компонентом *die Rose/rose/роза* в немецком, английском и русском языках, а также определить их культурное и символическое значение.

Эмпирическим материалом послужили 32 фразеологизма с компонентом *die Rose/rose/роза* в немецком языке, отобранных из «Немецко-русского фразеологического словаря» Л. Э. Биновича [5], «Большого немецко-русского словаря» [6], немецкого словаря «Duden. Redewendungen. Wörterbuch der deutschen Idiomatik» [13], 29 фразеологизмов с данным компонентом в английском языке, выбранных из Longman Dictionary of Contemporary English [15], Oxford Student’s Dictionary of Current English [14] и 25 фразеологизмов с названным компонентом в русском языке, извлеченных из «Нового словаря русского языка» Т. Ф. Ефремовой[8], «Толковых словарей русского языка» В. И. Даля, С. И. Ожегова и Д. Н. Ушакова [7,10,11].

Основная часть. Невероятная глубина и разнообразие цветочных традиций и обычаев обусловлены тем, что на протяжении долгого времени здесь переплетались судьбы многих народов, их языки и культурные особенности. За каждым цветком кроется свой особый смысл и символика.

Несомненно, роза заслуженно носит титул королевы цветов. Влияние этого цветка прослеживается в самых разных сферах человеческой жизни, что, в свою очередь, повлияло на формирование фразеологии рассматриваемых языков.

1.1 Фразеологические единицы с компонентом *die Rose* в немецком языке

Среди наименований цветов в немецкой фразеологии чаще всего встречается *die Rose.* В словаре Duden можно найти следующее определение понятия «роза»: *«(als Strauch wachsende) Stacheln tragende Pflanze mit meist glänzenden Blättern und vielblättrigen, oft angenehm und stark duftenden gefüllten Blüten in verschiedenen Farben»* («(растущее как кустарник) растение с колючками, обычно с блестящими листьями и многолепестковыми, часто приятными и сильно ароматными махровыми цветками разных цветов») [13].

Фразеологизмы с компонентом *die Rose* передают дуализм красоты цветка и его шипов:

Keine Rose ohne Dornen. – ‘Нет розы без шипов’.

Die Rosen verblühen aber die Dornen bleiben. – ‘Розы отцветают, но шипы остаются’.

В данных фразеологизмах утверждается, что все хорошее имеет также и отрицательные черты. Следовательно, красота розы часто оказывается обманчивой.

Небольшое количество фразеологизмов упоминает аромат, источаемый розами:

Die schönste Rose duftet nicht für sich. – ‘Красивейшая роза благоухает не для себя’.

Die Hand, die Rosen schenkt, duftet stets ein wenig. – ‘Рука, дарящая розы, сама немного благоухает’ [5].

Данные выражения подчёркивают идею самопожертвования и альтруизма.

В немецкой фразеологии существует небольшое количество фразеологизмов с компонентом *die Rose,* описывающие внешний вид человека:

Arbeit pflanzt Rosen auf die Wangen. – ‘Работа выращивает розы на щеках'. Так говорят, когда хотят подчеркнуть, что от работы лицо становится свежим и румяным.

Sie blüht wie eine Rose. – ‘Она выглядит цветущей’.

Еще одним семантическим признаком является скорое увядание розы, что олицетворяет постепенную утрату красоты, молодости:

Eine verblühte Rose erblüht nicht wieder. – ‘Отцветшая роза снова не зацветет’.

Verblühte Rosen bricht man nicht. – ‘Отцветшие розы не срывают’.

В древности роза рассматривалась как символ счастья и радости: *(wie) auf Rosen gebettet leben* – ‘жить в роскоши, припеваючи, приятно, с комфортом’. Однако, наличие отрицания в выражении кардинально меняет его смысл, придавая ему значение «вести трудную жизнь»:

Man kann nicht immer auf Rosen gehen. – ‘Не всегда путь усеян розами’.

Nicht auf Rosen gebettet sein, j-s Lebensweg war nicht mit Rosen gebettet. – ‘О том, чей жизненный путь не был усыпан розами’ [4].

Таким образом, фразеологизмы с компонентом *die Rose* в немецком языке отражают многообразие символических значений этого растения. Роза ассоциируется не только с красотой, молодостью и ароматом, но и с её коварной природой, выраженной через шипы.

1.2 Фразеологические единицы с компонентом *rose* в английском языке

В английском языке фразеологизмы с компонентом *rose* также являются наиболее продуктивными, по сравнению с другими цветами.

В культурном наследии английского народа розе отводится значимая роль. Согласно “Longman Dictionary of Contemporary English”, роза воспринимается британцами как типично английский цветок [15].

Многие фразеологизмы отражают традиции и обычаи, сложившиеся под влиянием Римской империи, которая долгое время оказывала культурное воздействие на Англию. В древнеримской культуре роза ассоциировалась с роскошью и беззаботностью: например, жители города Сибариса спали на постелях, покрытых розами.

В английской фразеологии были найдены фразеологизмы, символизирующие кратковременные радости, сложный жизненный путь:

The path of life is not always strewn with roses. – ‘Жизненный путь не всегда усыпан розами’.

Life is not a bed of roses. – ‘Жизнь – это не кровать из роз’ [1].

Во фразеологии английского языка роза традиционно ассоциируется с женской красотой, что находит отражение в таких выражениях, как:

A rose between two thorns. – ‘Роза среди двух шипов’.

With roses in her cheeks. – ‘С румянцем на щеках’.

As fair as a rose. – ‘Прекрасна, как роза’.

Rose-bud lips. – ‘Губы, словно бутон розы’ [15].

Фразеологические единицы с компонентом *rose* в английском языке не только иллюстрируют культурное восприятие розы, но и раскрывают её символическое значение в разных аспектах жизни. Помимо ассоциаций с красотой и женственностью, роза в английской фразеологии часто используется для выражения идеалов любви, изысканности и утончённости.

Роза символизирует любовь, как в фразе *every rose has its thorn* (‘каждая роза имеет свои шипы’), подчеркивая, что даже самые прекрасные чувства могут быть омрачены трудностями [14].

Фразеологизмы с компонентом *rose* также включают устойчивые выражения, связанные с благородством и роскошью. Выражение *roses all the way* (‘розы всю дорогу’) описывает успешный или беззаботный путь, лишённый препятствий [14].

Примечательной чертой английских фразеологизмов является акцент на преходящем характере красоты и удовольствий. В выражении *gather life’s roses* (‘собирай розы жизни’) передаётся идея наслаждения моментами, что восходит к древнеримской философии *carpe diem* (‘лови момент’) [14].

Таким образом, фразеологизмы с компонентом *rose* в английском языке иллюстрируют связь розы с красотой, женственностью и символами любви. Они также отражают философию наслаждения жизнью и указывают на мимолётность счастья. Данный образ розы подчёркивает её универсальность и культурное значение для английской традиции.

1.3 Фразеологические единицы с компонентом *роза* в русском языке

Русский язык, обладая богатой фразеологической традицией, выделяется своеобразным подходом к использованию образа розы. Это растение, символизирующее красоту, любовь и изящество, часто выступает в русских фразеологизмах с акцентом на его двойственную природу: сочетание красоты и шипов, что отражает как положительные, так и отрицательные аспекты человеческого опыта.

М. Фасмер утверждает, что в русский язык слово *роза* пришло из немецкого (die Rose), а немецкое в свою очередь было заимствовано из латинского (Rosa) [12].

По данным фразеологического словаря А. И. Молоткова, лексема *роза* является компонентом следующих фразеологизмов:

Усеять (усыпать) чей-нибудь путь розами. – ‘Сделать чью-нибудь жизнь легкой, счастливой’.

Роза ветров. – ‘Ветры, дующие одновременно в разных направлениях’ [9].

В данных фразеологизмах рассмотрены слова, производные от розы:

Смотреть сквозь розовые очки. – ‘Не замечать недостатков в ком-либо или в чем-либо, идеализировать кого-либо или что-либо’.

В розовом свете (цвете). – ‘Идеализированно, лучше, чем есть на самом деле’ [10].

В русском языке акцент делается не на красоте роз, а на их шипах:

Есть шипы и у розы. – ‘У прекрасного есть недостатки’.

Через тернии к звездам. – ‘Идти через трудности к успеху’ [9].

Таким образом, в русской фразеологии роза занимает особое место, отражая как идеал красоты и романтическое восприятие, так и аллегорию жизненных трудностей. Шипы розы олицетворяют недостатки и препятствия, тогда как её красота символизирует светлые стороны жизни и стремление к совершенству.

Заключение. В исследуемых языках роза сохраняет свою связь с красотой, женственностью и жизненными испытаниями. Это универсальное восприятие розы как символа любви и привлекательности прослеживается в многочисленных фразеологических выражениях. Например, во всех культурах можно найти выражения, которые связывают розу с радостью, счастьем и положительными эмоциями, а также с трудностями и скоротечностью молодости. Эти общие черты свидетельствуют о том, что роза воспринимается как нечто прекрасное, но одновременно хрупкое, что отражает человеческий опыт и его многогранность.

В немецком языке акцентируется внимание на философском и символическом аспекте розы. Данный цветок часто воспринимается как метафора жизни, где красота контрастирует с неизбежными страданиями и трудностями. Например, *keine Rose ohne Dornen* (‘нет розы без шипов’) подчеркивает дуализм красоты и боли, а *Arbeit pflanzt Rosen auf die Wangen* (‘работа выращивает розы на щеках’) связывает образ цветка с физическим трудом.

В английском языке роза воспринимается как символ красоты, женственности и национальной идентичности. Фразеологизмы часто отражают представление о жизни как о пути, связанном с радостями и трудностями (*life is not a bed of roses* – ‘жизнь не ложе из роз’). Особое место занимают выражения, связанные с красотой и нежностью, такие как *with roses in her cheeks* (‘с румянцем на щеках’), что подчёркивает акцент на внешности и эстетике. Историческое влияние римской культуры также внесло свою лепту, ассоциируя розу с роскошью и удовольствием.

В русском языке роза чаще символизирует противопоставление красоты и её тёмной стороны: *есть шипы и у розы* (‘у прекрасного есть недостатки’). Помимо этого, акцент делается на философском осмыслении жизненных испытаний, как в выражении ч*ерез тернии к звездам* (‘через трудности к успеху’). В то же время производные от розы, такие как смотреть сквозь розовые очки, придают фразеологизмам более субъективный и эмоциональный оттенок, связанный с идеализацией.

Подводя итог вышесказанному, фразеологизмы с компонентом *die Rose/rose/ роза* иллюстрируют уникальные черты каждой культуры, сохраняя при этом универсальные символические значения, присущие этому цветку.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Крепкогорская Е. В. Сопоставительный анализ фразеологических единиц с компонентом фитонимом в английском и русском языках: дисс. канд. филол. наук. - 2012. - 233 с.

2. Кудрявцева Н. Б. Национально-культурный компонент семантики номинаций-фитонимов // Диалоги без границ: язык, культура, карьера: сб. материалов междунар. науч.-практ. конф., Белгород, 10-11 нояб. 2016 г. - 2017. - С. 75-78.

3. Писарская Т. Р., Якименко Н. Е. Паремии с компонентом-фитонимом как объект лингвокультурологического описания // Новое в лингвистике и методике преподавания иностранных и

русского языков: сборник научных статей XXVII международной научно-практической конференции (23-24 июня 2017 г.) / под общ. ред. М. В. Пименовой. - СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2017. - С. 88-92.

4. Шарая О. В. Национально-культурная специфика немецкой флористической фразеологии: автореф. дисс. канд. филол. наук. - 2005. - 25 с.

СПИСОК ЯЗЫКОВЫХ ИСТОЧНИКОВ

5. Бинович Л. Э. Немецко-русский фразеологический словарь. - 1995. - 773 с.

6. Большой немецко-русский словарь. В 3 т. / авт.-сост. Е. И. Лепинг. - 2008. - 3 т.

7. Даль В. И. Толковый словарь живого великорусского языка. - 2003. - 688 с.

8. Ефремова Т. Ф. Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный. - 2000. - Т. 2-1209 с.

9. Молотков А. И. Фразеологический словарь русского языка. - 1987. - 543 с.

10. Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка. - 2006. - 944 с.

11. Толковый словарь русского языка: В 4 т. / под ред. Д. Н. Ушакова. - 2007. - 752 с.

12. Фасмер М. Этимологический словарь русского языка. - 2004. - 830 с.

13. Duden. Redewendungen. Wörterbuch der deutschen Idiomatik Stuttgart. - 2002. - 1037 S.

14. Hornby A.S. Oxford Student's Dictionary of Current English. - 1984. - 770 p.

15. Longman Dictionary of Contemporary English. - 1992. - 1668 p.

SEMANTIC ANALYSIS OF GERMAN, ENGLISH AND RUSSIAN PHRASEOLOGICAL UNITS WITH A COMPONENT *DIE ROSE/ROSE/РОЗА*.

Annotation. This paper is dedicated to the description of phraseological units that include the component *die Rose/rose/роза*. The article provides a comparative analysis of phraseological units in the semantic aspect, identifies common and specific features of the cultural connotations of phytonyms in German, English and Russian.

Keywords: rose, phraseological unit, phytonym, comparative analysis, semantic aspect.

V. V. Zayakina
Scientific adviser: J. N. Us, candidate of Philology
Donetsk State University
E-mail: valeriya.zayakina@mail.ru

УДК 811.111'373.47'42

ЛЕКСИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА РЕАЛИЗАЦИИ АГРЕССИИ В АМЕРИКАНСКОМ ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ XXI СТ.

Зубова А. С.
Научный руководитель: Трофимова Е. В., канд. филол. наук., доцент
ФГБОУ ВО «ДонГУ»

Аннотация. Данная статья посвящена анализу лексических средств выражения агрессии в американском политическом дискурсе XXI ст. (на материале публичных выступлений президентов США на конференциях различных уровней). Проведенный анализ позволяет сделать вывод, что речевая агрессия в американской политической коммуникации является следствием агональности политического дискурса и реализуется с помощью обширного круга лексических средств, наиболее продуктивным из которых является использование негативно оценочных существительных.
Ключевые слова: вербальная агрессия, политический дискурс, политическая коммуникация, психолингвистика.

Изучение агрессивных состояний человека в различных сферах жизнедеятельности является актуальной задачей современной науки. Агрессия в сфере коммуникации в последнее время стала привлекать к себе внимание всё большего количества учёных-лингвистов. В настоящее время вербальная агрессия активно вторгается в сферу политики, находит своё место на страницах газет и журналов, на телевидении, в межличностных отношениях людей. Речевая агрессия является препятствием на пути к реализации основных задач эффективной коммуникации, а именно: затрудняет процесс восприятия и понимания информации собеседником. Именно поэтому изучение речевой агрессии во всех её проявлениях является необходимым условием на пути к достижению коммуникативной безопасности отдельных индивидов и общества в целом.

Понятие «агрессия» пришло в лингвистику из психологии. Мышление и сознание, которые являются источниками всех видов человеческого поведения, сильно зависят от языка, который служит средством их выражения. Эта зависимость привела к возникновению психолингвистики, являющейся смежной наукой с психологией и лингвистикой.

Дать универсальное определение речевой агрессии, учитывающее все разнообразие ситуаций и форм её проявления, чрезвычайно сложно. Попытки сформулировать определение вербальной агрессии были предприняты в основном зарубежными исследователями. Среди них, наиболее близким к адекватному определению речевой агрессии является А. Басс. По его мнению, вербальная агрессия представляет собой «выражение негативных чувств как через форму (ссора, крик, визг), так и через содержание словесных ответов (угроза, проклятия, ругань)» [2, с. 16].

Ю. В. Щербиной удалось разработать достаточно универсальное определение понятия вербальной агрессии «вербальная агрессия – это выражение негативных чувств и намерений как через форму, так и через содержание высказываний» [5, с. 14]. Это определение является наиболее универсальным.

В современном мире политика стала неотъемлемой частью жизни каждого из нас. Мы все так или иначе интересуемся политической ситуацией как в стране, так и за ее пределами: слушаем новости по радио, смотрим телепередачи, читаем газеты или просто просматриваем новостные ленты в интернете. Политика тесно связана с языком, поскольку политические действия в первую очередь выражаются через речь. Более того, язык является не просто способом описания происходящего, а выступает «частью событий, формируя их значения» [6, с. 157]. Поэтому неудивительно, что все больше ученых по всему миру

интересуется политической лингвистикой, которая исследует условия и механизмы политической коммуникации.

Существует множество подходов к пониманию политического дискурса (далее ПД). Так, А.Н. Баранов и Е.Г. Казакевич определяют ПД как «совокупность всех речевых актов, используемых в политических обсуждениях, а также правил публичной политики, основанных на традиции и проверенных практикой» [1, с. 6].

Главным критерием политической коммуникации является её цель и содержание. Цель политической коммуникации состоит в борьбе за власть, а содержание сводится к публичному обсуждению вопросов, связанных с политической сферой. Борьба за власть является основной темой данной сферы общения [4, с. 5]. Выделяют такое свойство ПД как «агональность», которое понимается как состязание, борьба двух идей [3, с. 68].

Целью настоящего исследования является характеристика лексических средств выражения агрессии на материале американского ПД XXI века. Материалом исследования послужили 4 фрагмента ПД, а именно политических выступлений президентов США: Джорджа Уокера Буша, Барака Обамы, Дональда Трампа и Джо Байдена.

Проведя исследование тематики выступлений Дж. Буша, Барака Обамы, Дональда Трампа и Джо Байдена, приходим к выводу, что значительная часть политических заявлений этих президентов посвящена внутренним и внешнеполитическим вопросам, с особым акцентом на государственную безопасность, борьбу с терроризмом и международные конфликты, в которых США принимает участие.

В частности, выступление Дж. Буша было сосредоточено на защите политики в сфере безопасности и внешней политики, в том числе войн в Ираке и Афганистане. Б.Обама уделял особое внимание экономическим вопросам, а именно бюджетному кризису и предотвращению последствий секвестра для госслужб. Д. Трамп акцентировал внимание на торговых отношениях и внутренних политических конфликтах в свете импичмента. Д. Байден в своем первом выступлении сконцентрировался на внутренних вопросах: экономическом восстановлении после пандемии, иммиграции и климате. Также, президент затронул тему внешней политики страны, в частности отношения США с Китаем.

Следовательно, можно сделать вывод, что вопросы экономики, миграционной политики, а также военных и антитеррористических операций неизменно остаются одними из наиболее «агрессивных» тем в политических выступлениях, тогда как здравоохранение и образование затрагиваются реже и менее эмоционально.

Проведя исследование американского ПД XXI века, были выделены лексические средства выражения агрессии в политической риторике Дж. Буша, Барака Обамы, Дональда Трампа и Джо Байдена, среди которых: негативно оценочная лексика, фразеологические единицы с негативной коннотацией и сленгизмы. В таблице 1 приведены полученные количественные результаты.

Таблица 1. Лексические средства выражения агрессии в американском ПД XXI века

Лексические средства выражения агрессии	**Кол-во ед.**	**%**	**Пример**
Негативно оценочные существительные	30	29,1	To combat the malice, corruption of both the Venezuelan and Iranian dictatorships, today I issued proclamations suspending the entry into the United States of senior regime officials and their families. (Joe Biden, 2021)
Негативно оценочные глаголы	18	17,5	They're dividing. They're belittling. They're demeaning our country. (Donald Trump, 2019)
Негативно оценочные прилагательные	15	14,5	At a time when our businesses have finally begun to get some traction – hiring new workers, bringing jobs back to America – we shouldn't be making a series of dumb, arbitrary cuts to things that businesses depend

			on and workers depend on, like education, and research, and infrastructure and defense. (Barack Obama, 2013)
Негативно оценочные наречия	11	10,7	In the fall, I was concerned that the credit freeze would cause us to be headed toward a depression greater than the Great Depression. That's what I was told, if we didn't move. And so, therefore, we have moved aggressively. (George W. Bush, 2009)
Сленгизмы	11	10,7	With respect to the budget and keeping the government open – I'll try for our viewing audience to make sure that we're not talking in Washington gobbledygook. (Barack Obama, 2013)
Фразеологизмы с негативной коннотацией	10	9,7	And that doesn't get covered because you waste your time on nonsense. (Donald Trump, 2019)
Жаргонизмы	8	7,8	And then he goes into a room with Nadler, and they must laugh their asses off. (Donald Trump, 2019)
Всего:	103	100	

Принимая во внимание полученные данные, можно сделать вывод, что негативно оценочная лексика является наиболее продуктивным способом реализации речевой агрессии в американском политическом дискурсе. Так, например, негативно оценочные существительные встречаются в выступлениях вышеупомянутых президентов наиболее часто (см. табл. 1).

Так, в речи Барака Обамы "March 1, 2013: Statement on the Government Sequester" присутствует ряд негативно оценочных существительных, которые используются не только для описания ситуации, но и для создания определённого эффекта в политическом контексте. Негативно оценочное существительное cuts часто повторяется в речи Б. Обамы, и это слово несёт негативную коннотацию, поскольку ассоциируется с потерями и ограничениями: *"These cuts are not smart. They are not fair. They will hurt our economy and cost us jobs"* [7]. В данном случае Обама акцентирует внимание на «ненужных» и «произвольных» сокращениях, чтобы подчеркнуть их непредсказуемые и негативные последствия для американских граждан. Это выражение в политическом контексте направлено на критику решения Конгресса и стимулирование общественного мнения против таких мер. Наряду с негативно оценочными существительными, негативно оценочные глаголы также служат для усиления эмоциональной окраски и реализации вербальной агрессии в речах американских политиков. Так, например, глагол *to waste* 'тратить впустую' используется Д. Трампом для обвинения СМИ в том, что они тратят время на обсуждение «ерунды» (например, вопроса импичмента), вместо того чтобы освещать важные международные достижения администрации: *"And, unfortunately, the press doesn't even cover it. You know, we have — we've made some fantastic deals, like with Japan... And that doesn't get covered because you waste your time on nonsense"* [7]. Лингвистически глагол *to waste* имеет негативную коннотацию и подразумевает, что СМИ неэффективно выполняют свои обязанности. В политическом контексте это заявление служит для дискредитации медиа и отвлечения внимания от скандала.

Также, в своей политической риторике американские президенты нередко прибегают к использованию негативно оценочных прилагательных. В частности, 44-й президент США, Б. Обама, использует негативно оценочные прилагательные, чтобы донести серьезность и негативные последствия бюджетных сокращений. Эти прилагательные помогают создать яркий эмоциональный эффект, направленный на поиск поддержки со стороны общественности. В политическом контексте, такие высказывания позволяют Обаме подчеркнуть вину оппозиции в ухудшении экономической ситуации и убедить слушателей в правильности своей позиции. Так, выражение *dumb, arbitrary cuts* 'глупые, произвольные сокращения' создаёт впечатление об отсутствии логики и планирования в секвестре бюджета: *"At a time when our businesses have finally begun to get some traction – hiring new workers, bringing jobs back to America – we shouldn't be making a series of dumb, arbitrary cuts*

to things that businesses depend on and workers depend on, like education, and research, and infrastructure and defense" [7]. Лингвистически, прилагательные *dumb* и *arbitrary* выполняют функцию усиления эмоций. В политическом контексте Обама подчеркивает, что секвестр был результатом нежелания Конгресса пойти на компромисс, и тем самым возлагает на республиканцев ответственность за пагубное воздействие секвестра на экономику.

Следующим способом реализации вербальной агрессии в американском политическом дискурсе являются негативно оценочные наречия. В своей политической риторике Дж. Буш прибегает к использованию негативно оценочных наречий с целью аргументации определённых точек зрения и оправдания некоторых решений. Так, например, президент использует негативно оценочное наречие *aggressively* 'агрессивно' в контексте описания своих действий по спасению финансовой системы в условиях кризиса: *"In the fall, I was concerned that the credit freeze would cause us to be headed toward a depression greater than the Great Depression. That's what I was told, if we didn't move. And so, therefore, we have moved aggressively"* [7]. Использование наречия предполагает решительность и неотложность. В политическом контексте это помогает создать образ президента, готового принимать трудные решения ради блага страны. Выбор данного наречия подчёркивает, что предпринимаемые меры оправданы, даже если они нарушают его собственные рыночные принципы.

Следующим способом реализации вербальной агрессии является использование фразеологизмов с негативной коннотацией. Данные лексические единицы оказывают эмоциональное воздействие на слушателей, а также формируют образ противопоставления между нынешней администрацией и предшественниками, что особенно важно в политическом контексте. Так, в ходе пресс-конференции от 25 марта 2021 года, Джо Байден, говоря об иммиграционной политике предыдущей администрации, использовал фразеологическую единицу *to tear children from mothers' arms* 'вырывать детей из материнских объятий', чтобы вызвать сочувствие к жертвам политики его предшественников и подчеркнуть жестокость их подхода к решению проблемы мигрантов: *"We're not tearing children from mothers' arms – that's what the last administration did"* [7]. В политическом контексте это выражение позволяет противопоставить новый и старый подходы к решению вышеупомянутой проблемы, подчеркивая необходимость реформирования иммиграционной системы.

Ещё одним способом реализации речевой агрессии в речи американских политиков является использование жаргонизмов. Так, в ходе пресс-конференции от 25 сентября 2019 года, Д. Трамп неоднократно использует жаргонизм *witch hunt* 'охота на ведьм' для описания расследований против него, в частности, в отношении Украины: *"And the witch hunt continues, but they're getting hit hard in this witch hunt, because when they look at the information, it's a joke. Impeachment? For that? When you have a wonderful meeting, or you have a wonderful phone conversation?"* [7]. С лингвистической точки зрения, данный фразеологизм имеет ярко выраженную негативную коннотацию, обозначает несправедливые и необоснованные обвинения. В политическом контексте, президент использует этот жаргонизм, чтобы дискредитировать оппонентов и выставить себя жертвой политической охоты, найти поддержку у своей аудитории.

Также, для реализации вербальной агрессии в своей политической риторике, американские президенты прибегали к употреблению сленгизмов. Так, в ходе своего выступления от 1 марта 3013 года, Б. Обама использовал сленгизм *gobbledygook* 'полная чушь' для описания сложного бюрократического языка, характерного для политической и правительственной риторики: *"With respect to the budget and keeping the government open – I'll try for our viewing audience to make sure that we're not talking in Washington gobbledygook"* [7]. С точки зрения языка, данный сленгизм выполняет функцию оживления речи, добавляя неформальный оттенок в формальное обсуждение бюджетных вопросов. В контексте политики, Б. Обама использует этот термин, чтобы подчеркнуть, что его цель – сделать

обсуждение бюджетных вопросов доступным для широкой аудитории. Это помогает продемонстрировать его стремление говорить простым и понятным языком, минимизируя бюрократическую сложность. Итак, в результате проведённого исследования было выявлено, что наиболее продуктивным лексическим средством реализации вербальной являются негативно оценочные существительные, доля которых составила 29,1% (30 лексических единиц), а наименее продуктивным – жаргонизмы, количество которых в процентном соотношении составило 7,8% (8 ЛЕ). Настоящее исследование подтвердило, что вербальная агрессия является неотъемлемой частью политического дискурса, а её реализация подчиняется определенным принципам и закономерностям, классификация которых и анализ которых был представлен в настоящем исследовании. Кроме того, представляется возможным сделать вывод, что вербальная агрессия в публичных выступлениях президентов США используется для манипулирования общественным мнением, создания имиджа политика и дискредитации оппонентов. Полученные результаты могут быть полезны как для дальнейших исследований в области политической лингвистики, так и для анализа методов речевого воздействия в политической коммуникации.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Баранов А. Н., Казакевич Е. Г. Парламентские дебаты: традиции и новации. / А. Н. Баранов, Е. Г. Казакевич. – М.: Знание, 1991. – 301 с.
2. Басс А. Г. Психология агрессии. Вопросы психологии / А. Г. Басс. – М.: ТЦ Сфера, 1967, № 3. – 204 с.
3. Михальская А. К. Русский Сократ. Лекции по сравнительно-исторической риторике. / А. К. Михальская. – М.: Academia, 1996. – 192 с.
4. Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса. / Е. И. Шейгал. – М.: ИТДГК «Гнозис», 2004. – 326 с.
5. Щербинина, Ю. В. Вербальная агрессия / Ю. В. Щербинина. – М.: ЛКИ, 2008. – 360 с.
6. Edelman M. Political Language: Words that Succeed and policies that Fail. / M. Edelman – New York: Academic Press, 1977. 457 с.
7. Presidential Speeches. – URL: https://millercenter.org/the-presidency/presidential-speeches

LEXICAL MEANS OF AGGRESSION IN THE AMERICAN POLITICAL DISCOURSE OF THE 21ST CENTURY

Annotation. This article is devoted to the analysis of lexical means of expressing aggression in the American political discourse of the 21st century (based on the material of public speeches by US presidents at conferences of various levels). The analysis allows us to conclude that verbal aggression in American political communication is a consequence of the agonality of political discourse and is implemented using a wide range of lexical means, the most productive of which is the use of negatively evaluative nouns.
Keywords: verbal aggression, political discourse, political communication, psycholinguistics.

Zubova A. S.
Scientific adviser: Trofimova E. V., candidate of philological sciences, associate professor
Donetsk State University
E-mail: zubovaanastasiya357@mail.ru

УДК 811.112.2.111.161.1’373.7’371

СЕМАНТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ С КОМПОНЕНТОМ-ФИТОНИМОМ *DIE ROSE/ROSE/РОЗА* В НЕМЕЦКОМ, АНГЛИЙСКОМ И РУССКОМ ЯЗЫКАХ

Заякина В. В.
Научный руководитель: Ус Ю.Н., канд. филол. наук, доцент
ФГБОУ ВО «ДонГУ»

Аннотация. Статья посвящена описанию фразеологических единиц, включающих компонент *die Rose/rose/роза.* В статье проводится сопоставительный анализ фразеологических единиц в семантическом аспекте, выявляются общие и специфические черты культурных коннотаций фитонимов в немецком, английском и русском языках.
Ключевые слова: роза, фразеологическая единица, фитоним, сопоставительный анализ, семантический аспект.

Введение. Фразеологизмы с фитонимным компонентом как часть фразеологического фонда языка занимают важное место в языковой картине мира, поскольку, они, характеризуя различные фрагменты действительности, являются отражением национальной ментальности, культурных традиций и мировоззрения [2].

Фразеологические единицы с фитонимным компонентом включают в себя выражения, содержащие элементы, относящиеся к растительному миру, а именно не только названия растений, но и наименования их частей и различных растительных групп [3].

Статья посвящена описанию фразеологических единиц (далее ФЕ), включающих компонент-фитоним *die Rose/rose/роза* в немецком, английском и русском языках.

Роза, как символическая составляющая, широко представлена в различных языках и культурах. Будучи метафорически богатым образом, она находит отражение в фразеологическом фонде анализируемых языков.

Актуальность исследования обусловлена возросшим интересом современных лингвистов к выявлению дивергенции и конвергенции в культурных и семантических интерпретациях данного компонента, что особенно актуально в условиях межкультурной коммуникации и глобализации.

Объектом исследования являются ФЕ немецкого, английского и русского языков, включающие компонент *die Rose/rose/роза.*

Предмет исследования – семантические, культурные и символические особенности фразеологизмов с компонентом *die Rose/rose/роза* в немецком, английском и русском языках.

Цель исследования – выявить и проанализировать семантические особенности ФЕ с компонентом *die Rose/rose/роза* в немецком, английском и русском языках, а также определить их культурное и символическое значение.

Эмпирическим материалом послужили 32 фразеологизма с компонентом *die Rose/rose/роза* в немецком языке, отобранных из «Немецко-русского фразеологического словаря» Л. Э. Биновича [5], «Большого немецко-русского словаря» [6], немецкого словаря «Duden. Redewendungen. Wörterbuch der deutschen Idiomatik» [13], 29 фразеологизмов с данным компонентом в английском языке, выбранных из Longman Dictionary of Contemporary English [15], Oxford Student’s Dictionary of Current English [14] и 25 фразеологизмов с названным компонентом в русском языке, извлеченных из «Нового словаря русского языка» Т. Ф. Ефремовой[8], «Толковых словарей русского языка» В. И. Даля, С. И. Ожегова и Д. Н. Ушакова [7,10,11].

Основная часть. Невероятная глубина и разнообразие цветочных традиций и обычаев обусловлены тем, что на протяжении долгого времени здесь переплетались судьбы многих народов, их языки и культурные особенности. За каждым цветком кроется свой особый смысл и символика.

Несомненно, роза заслуженно носит титул королевы цветов. Влияние этого цветка прослеживается в самых разных сферах человеческой жизни, что, в свою очередь, повлияло на формирование фразеологии рассматриваемых языков.

1.1 Фразеологические единицы с компонентом *die Rose* в немецком языке

Среди наименований цветов в немецкой фразеологии чаще всего встречается *die Rose.* В словаре Duden можно найти следующее определение понятия «роза»: *«(als Strauch wachsende) Stacheln tragende Pflanze mit meist glänzenden Blättern und vielblättrigen, oft angenehm und stark duftenden gefüllten Blüten in verschiedenen Farben»* («(растущее как кустарник) растение с колючками, обычно с блестящими листьями и многолепестковыми, часто приятными и сильно ароматными махровыми цветками разных цветов») [13].

Фразеологизмы с компонентом *die Rose* передают дуализм красоты цветка и его шипов:

Keine Rose ohne Dornen. – ‘Нет розы без шипов’.

Die Rosen verblühen aber die Dornen bleiben. – ‘Розы отцветают, но шипы остаются’.

В данных фразеологизмах утверждается, что все хорошее имеет также и отрицательные черты. Следовательно, красота розы часто оказывается обманчивой.

Небольшое количество фразеологизмов упоминает аромат, источаемый розами:

Die schönste Rose duftet nicht für sich. – ‘Красивейшая роза благоухает не для себя’.

Die Hand, die Rosen schenkt, duftet stets ein wenig. – ‘Рука, дарящая розы, сама немного благоухает’ [5].

Данные выражения подчёркивают идею самопожертвования и альтруизма.

В немецкой фразеологии существует небольшое количество фразеологизмов с компонентом *die Rose,* описывающие внешний вид человека:

Arbeit pflanzt Rosen auf die Wangen. – ‘Работа выращивает розы на щеках'. Так говорят, когда хотят подчеркнуть, что от работы лицо становится свежим и румяным.

Sie blüht wie eine Rose. – ‘Она выглядит цветущей’.

Еще одним семантическим признаком является скорое увядание розы, что олицетворяет постепенную утрату красоты, молодости:

Eine verblühte Rose erblüht nicht wieder. – ‘Отцветшая роза снова не зацветет’.

Verblühte Rosen bricht man nicht. – ‘Отцветшие розы не срывают’.

В древности роза рассматривалась как символ счастья и радости: *(wie) auf Rosen gebettet leben* – ‘жить в роскоши, припеваючи, приятно, с комфортом’. Однако, наличие отрицания в выражении кардинально меняет его смысл, придавая ему значение «вести трудную жизнь»:

Man kann nicht immer auf Rosen gehen. – ‘Не всегда путь усеян розами’.

Nicht auf Rosen gebettet sein, j-s Lebensweg war nicht mit Rosen gebettet. – ‘О том, чей жизненный путь не был усыпан розами’ [4].

Таким образом, фразеологизмы с компонентом *die Rose* в немецком языке отражают многообразие символических значений этого растения. Роза ассоциируется не только с красотой, молодостью и ароматом, но и с её коварной природой, выраженной через шипы.

1.2 Фразеологические единицы с компонентом *rose* в английском языке

В английском языке фразеологизмы с компонентом *rose* также являются наиболее продуктивными, по сравнению с другими цветами.

В культурном наследии английского народа розе отводится значимая роль. Согласно “Longman Dictionary of Contemporary English”, роза воспринимается британцами как типично английский цветок [15].

Многие фразеологизмы отражают традиции и обычаи, сложившиеся под влиянием Римской империи, которая долгое время оказывала культурное воздействие на Англию. В древнеримской культуре роза ассоциировалась с роскошью и беззаботностью: например, жители города Сибариса спали на постелях, покрытых розами.

В английской фразеологии были найдены фразеологизмы, символизирующие кратковременные радости, сложный жизненный путь:

The path of life is not always strewn with roses. – ‘Жизненный путь не всегда усыпан розами’.

Life is not a bed of roses. – ‘Жизнь – это не кровать из роз’ [1].

Во фразеологии английского языка роза традиционно ассоциируется с женской красотой, что находит отражение в таких выражениях, как:

A rose between two thorns. – ‘Роза среди двух шипов’.

With roses in her cheeks. – ‘С румянцем на щеках’.

As fair as a rose. – ‘Прекрасна, как роза’.

Rose-bud lips. – ‘Губы, словно бутон розы’ [15].

Фразеологические единицы с компонентом *rose* в английском языке не только иллюстрируют культурное восприятие розы, но и раскрывают её символическое значение в разных аспектах жизни. Помимо ассоциаций с красотой и женственностью, роза в английской фразеологии часто используется для выражения идеалов любви, изысканности и утончённости.

Роза символизирует любовь, как в фразе *every rose has its thorn* (‘каждая роза имеет свои шипы’), подчеркивая, что даже самые прекрасные чувства могут быть омрачены трудностями [14].

Фразеологизмы с компонентом *rose* также включают устойчивые выражения, связанные с благородством и роскошью. Выражение *roses all the way* (‘розы всю дорогу’) описывает успешный или беззаботный путь, лишённый препятствий [14].

Примечательной чертой английских фразеологизмов является акцент на преходящем характере красоты и удовольствий. В выражении *gather life’s roses* (‘собирай розы жизни’) передаётся идея наслаждения моментами, что восходит к древнеримской философии *carpe diem* (‘лови момент’) [14].

Таким образом, фразеологизмы с компонентом *rose* в английском языке иллюстрируют связь розы с красотой, женственностью и символами любви. Они также отражают философию наслаждения жизнью и указывают на мимолётность счастья. Данный образ розы подчёркивает её универсальность и культурное значение для английской традиции.

1.3 Фразеологические единицы с компонентом *роза* в русском языке

Русский язык, обладая богатой фразеологической традицией, выделяется своеобразным подходом к использованию образа розы. Это растение, символизирующее красоту, любовь и изящество, часто выступает в русских фразеологизмах с акцентом на его двойственную природу: сочетание красоты и шипов, что отражает как положительные, так и отрицательные аспекты человеческого опыта.

М. Фасмер утверждает, что в русский язык слово *роза* пришло из немецкого (die Rose), а немецкое в свою очередь было заимствовано из латинского (Rosa) [12].

По данным фразеологического словаря А. И. Молоткова, лексема *роза* является компонентом следующих фразеологизмов:

Усеять (усыпать) чей-нибудь путь розами. – ‘Сделать чью-нибудь жизнь легкой, счастливой’.

Роза ветров. – ‘Ветры, дующие одновременно в разных направлениях’ [9].

В данных фразеологизмах рассмотрены слова, производные от розы:

Смотреть сквозь розовые очки. – ‘Не замечать недостатков в ком-либо или в чем-либо, идеализировать кого-либо или что-либо’.

В розовом свете (цвете). – ‘Идеализированно, лучше, чем есть на самом деле’ [10].

В русском языке акцент делается не на красоте роз, а на их шипах:

Есть шипы и у розы. – ‘У прекрасного есть недостатки’.

Через тернии к звездам. – ‘Идти через трудности к успеху’ [9].

Таким образом, в русской фразеологии роза занимает особое место, отражая как идеал красоты и романтическое восприятие, так и аллегорию жизненных трудностей. Шипы розы олицетворяют недостатки и препятствия, тогда как её красота символизирует светлые стороны жизни и стремление к совершенству.

Заключение. В исследуемых языках роза сохраняет свою связь с красотой, женственностью и жизненными испытаниями. Это универсальное восприятие розы как символа любви и привлекательности прослеживается в многочисленных фразеологических выражениях. Например, во всех культурах можно найти выражения, которые связывают розу с радостью, счастьем и положительными эмоциями, а также с трудностями и скоротечностью молодости. Эти общие черты свидетельствуют о том, что роза воспринимается как нечто прекрасное, но одновременно хрупкое, что отражает человеческий опыт и его многогранность.

В немецком языке акцентируется внимание на философском и символическом аспекте розы. Данный цветок часто воспринимается как метафора жизни, где красота контрастирует с неизбежными страданиями и трудностями. Например, *keine Rose ohne Dornen* (‘нет розы без шипов’) подчеркивает дуализм красоты и боли, а *Arbeit pflanzt Rosen auf die Wangen* (‘работа выращивает розы на щеках’) связывает образ цветка с физическим трудом.

В английском языке роза воспринимается как символ красоты, женственности и национальной идентичности. Фразеологизмы часто отражают представление о жизни как о пути, связанном с радостями и трудностями (*life is not a bed of roses* – ‘жизнь не ложе из роз’). Особое место занимают выражения, связанные с красотой и нежностью, такие как *with roses in her cheeks* (‘с румянцем на щеках’), что подчёркивает акцент на внешности и эстетике. Историческое влияние римской культуры также внесло свою лепту, ассоциируя розу с роскошью и удовольствием.

В русском языке роза чаще символизирует противопоставление красоты и её тёмной стороны: *есть шипы и у розы* (‘у прекрасного есть недостатки’). Помимо этого, акцент делается на философском осмыслении жизненных испытаний, как в выражении ч*ерез тернии к звездам* (‘через трудности к успеху’). В то же время производные от розы, такие как смотреть сквозь розовые очки, придают фразеологизмам более субъективный и эмоциональный оттенок, связанный с идеализацией.

Подводя итог вышесказанному, фразеологизмы с компонентом *die Rose/rose/ роза* иллюстрируют уникальные черты каждой культуры, сохраняя при этом универсальные символические значения, присущие этому цветку.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Крепкогорская Е. В. Сопоставительный анализ фразеологических единиц с компонентом фитонимом в английском и русском языках: дисс. канд. филол. наук. - 2012. - 233 с.

2. Кудрявцева Н. Б. Национально-культурный компонент семантики номинаций-фитонимов // Диалоги без границ: язык, культура, карьера: сб. материалов междунар. науч.-практ. конф., Белгород, 10-11 нояб. 2016 г. - 2017. - С. 75-78.

3. Писарская Т. Р., Якименко Н. Е. Паремии с компонентом-фитонимом как объект лингвокультурологического описания // Новое в лингвистике и методике преподавания иностранных и русского языков: сборник научных статей XXVII международной научно-практической конференции (23-24 июня 2017 г.) / под общ. ред. М. В. Пименовой. - СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2017. - С. 88-92.

4. Шарая О. В. Национально-культурная специфика немецкой флористической фразеологии: автореф. дисс. канд. филол. наук. - 2005. - 25 с.

СПИСОК ЯЗЫКОВЫХ ИСТОЧНИКОВ

5. Бинович Л. Э. Немецко-русский фразеологический словарь. - 1995. - 773 с.
6. Большой немецко-русский словарь. В 3 т. / авт.-сост. Е. И. Лепинг. - 2008. - 3 т.
7. Даль В. И. Толковый словарь живого великорусского языка. - 2003. - 688 с.
8. Ефремова Т. Ф. Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный. - 2000. - Т. 2-1209 с.
9. Молотков А. И. Фразеологический словарь русского языка. - 1987. - 543 с.
10. Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка. - 2006. - 944 с.
11. Толковый словарь русского языка: В 4 т. / под ред. Д. Н. Ушакова. - 2007. - 752 с.
12. Фасмер М. Этимологический словарь русского языка. - 2004. - 830 с.
13. Duden. Redewendungen. Wörterbuch der deutschen Idiomatik Stuttgart. - 2002. - 1037 S.
14. Hornby A.S. Oxford Student's Dictionary of Current English. - 1984. - 770 p.
15. Longman Dictionary of Contemporary English. - 1992. - 1668 p.

SEMANTIC ANALYSIS OF GERMAN, ENGLISH AND RUSSIAN PHRASEOLOGICAL UNITS WITH A COMPONENT *DIE ROSE/ROSE/РОЗА*

Annotation. This paper is dedicated to the description of phraseological units that include the component *die Rose/rose/роза*. The article provides a comparative analysis of phraseological units in the semantic aspect, identifies common and specific features of the cultural connotations of phytonyms in German, English and Russian.
Keywords: rose, phraseological unit, phytonym, comparative analysis, semantic aspect.

V. V. Zayakina
Scientific adviser: J. N. Us, candidate of Philology
Donetsk State University
E-mail: valeriya.zayakina@mail.ru

УДК 81’367.625:811.111’161.1

АНИМАЛИСТИЧЕСКИЕ ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИЕ И ПАРЕМИЙНЫЕ ЕДИНИЦЫ В НЕМЕЦКОМ И РУССКОМ ЯЗЫКАХ

Коляда А.
Научный руководитель: Басыров Ш.Р., д-р филол.наук, профессор
ФГБОУ ВО «ДонГУ»

Аннотация. В статье рассматриваются анималистические фразеологические и паремийные единицы в немецком и русском языках. Основное внимание уделяется сопоставлению зоонимов, их культурным значениям и функциональным особенностям в обеих языковых системах. Анализируется, как различные животные символизируют определенные черты характера, поведения и социальные явления, а также выявляются общие черты и различия в использовании анималистических выражений. Статья подчеркивает важность учета культурной специфики при изучении фразеологии и паремий, что позволяет глубже понять менталитет и мировосприятие носителей разных языков.
Ключевые слова: паремийная единица, фразеологические единицы, частотность, лингвокультура, зооним.

Настоящая работа посвящена сравнению анималистических фразеологических и паремийных единиц в немецком и русском языках. Анималистические единицы представляют собой выражения, связанные с животным миром, и часто отражают культурные особенности и мировосприятие народа [2]. Изучение таких единиц помогает понять, как разные культуры воспринимают животных и какие ассоциации с ними возникают.

Актуальность данного исследования обусловлена тем, что фразеология является важной частью языка, отражающей менталитет и традиции народа. Сравнительный анализ анималистических единиц в двух языках может выявить как общие черты, так и уникальные аспекты, что способствует более глубокому пониманию культурных различий и сходств. Анималистические фразеологические и паремийные единицы (ФЕ и ПЕ) представляют собой важный аспект языка, отражая культурные особенности и мировосприятие народа [3].

Целью данного исследования является выявление и анализ анималистических фразеологических и паремийных единиц в немецком и русском языках, а также определение их семантических, структурных и функциональных особенностей.

Эмпирическим материалом исследования послужили немецкие и русские анималистические ФЕ и ПЕ в немецком и русском языках, отобранные из толковых и переводных словарей названных языков (нем. – 250 ед.; рус. – 250 ед.).

В немецком языке среди наиболее частых зоонимов в общем объеме зоонимов (250 ед.) выделяются собака (17), волк (15) и медведь (15). В русском языке также было рассмотрено 250 зоонимов, но частотность зоонимов здесь иная: волк (29), за ним следует собака (19) и конь (18).

Анималистические ФЕ и ПЕ играют важную роль в отражении культурных особенностей и мировосприятия народов. Рассмотрим наиболее часто используемые зоонимы в русском и немецком языках.

Одним из наиболее распространенных зоонимов является «волк». В русском языке существует много пословиц, связанных с этим животным. Например, *<u>волк</u> в овечьей шкуре* обозначает человека, который притворяется добрым, но на самом деле злой. Эта пословица употребляется в контексте обсуждения лицемерия и предательства. Также известна пословица *<u>волка</u> бояться – в лес не ходить*, которая говорит о том, что страх мешает человеку действовать, и призывает преодолевать свои страхи. Еще одна русская пословица – *<u>волка</u> ноги кормят*, подчеркивающая важность активности и инициативы, утверждает, что только активные действия приносят результаты.

В немецком языке также отмечены аналогичные выражения. Например, *ein Wolf im Schafspelz* дословно переводится как «волк в овечьей шкуре» и используется для описания лицемеров. Пословица *bei Wölfen und Eulen lernt man das Heulen* означает, что люди учатся адаптироваться к окружающей среде. Кроме того, немцы говорят: *die Arbeit ist kein Hase, läuft nicht in den Wald*, что аналогично русской пословице о работе и ее неизменности.

Другим распространенным зоонимом является *собака.* В русском языке пословица *каждая собака в своей шерсти ходит* акцентирует внимание на индивидуальности каждого человека и его привычках. Поговорка *как ни вертись собака, а хвост позади* означает, что сущность человека или какого-либо явления остается неизменной, независимо от обстоятельств.

В немецком языке также есть схожие пословицы. Например, «*da liegt der Hase im Pfeffer*» буквально переводится как «вот где заяц в перце лежит» и используется для указания на суть дела, аналогично русской «вот где собака зарыта». Кроме того, пословица *Hunde, die bellen, beißen nicht* означает, что те, кто много говорит, часто не действуют.

Зооним «Медведь» занимает по частоте третье место в обеих культурах: в немецком языке - 15 ед. и в русском – 12 ед. В немецкой пословице *Der Bär schnappt stets nach Honig* ‘Медведь всегда хватает меда’ подчеркивается стремление человека к удовольствиям и богатству. В русском языке функционирует пословица *Дело не медведь, в лес не убежит*, которая акцентирует внимание на том, что дело можно завершить в любое время, поэтому не стоит торопиться.

Зооним *конь* занимает по частотности третье место в немецком языке (9 ед.) и второе место в русском языке (18 ед.). В немецкой пословице *Das alte Pferd verdirbt die Furche nicht* ‘Старая лошадь борозду не портит’ говорится о ценности человеческого опыта. В русском языке аналогичная пословица *Конь бежит, земля дрожит* акцентирует внимание на мощи и значимости, подчеркивая уважение к силе и стабильности.

В обеих культурах *собака, волк и медведь* являются наиболее частотными зоонимами, что указывает на их важность в жизни людей и их символическое значение.

Несмотря на общие черты, различия в частоте употребления могут быть связаны с культурными контекстами. Например, зооним *волк* более значим в русском языке, тогда как собака занимает ведущее положение в обоих языках. Это может указывать на различные отношения к природе и животным в каждой культуре. Зоонимы часто используются в пословицах и фразеологизмах, отражая культурные стереотипы и ценности. Так, пословицы о собаке подчеркивают верность и преданность, тогда как волк может символизировать опасность или хитрость.

Сопоставление пословиц двух языков позволяет выявить как общие черты, так и культурные различия. Зооним волк в обеих культурах ассоциируется с хитростью и лицемерием, однако в русском языке также подчеркивается активность и преодоление человеком состояния страха. Собака символизирует индивидуальность и неизменность сущности в обоих лингвокультурах, однако немецкие выражения акцентируют больше внимания на действиях и их последствиях для человека. Пословицы с зоонимами *медведь и конь* в обеих культурах связаны с трудом и опытом человека, но обнаруживают и различия: в немецком языке медведь символизирует стремление к удовольствиям, а в русском – спокойствие в делах. Эти различия подчеркивают важность учета национально-культурной специфики при анализе паремий с зоонимами в разных языках.

Частотность зоонимов в ПЕ немецкого и русского языков предоставляет ценную информацию о культурных и социолингвистических особенностях этих языков [1]. Рассмотрим наиболее частотные зоонимы и их смысловые нагрузки.

Например, зооним кошка занимает II-е место в немецком языке по своей частотности (16), а в русском языке эта частотность в два раза меньше (8 ед.). Немецкие ПЕ с данным зоонимом содержат различный назидательный (поучительный) смысл, в частотности:

- неизменность привычек и природы человека: *Die Katze lässt das Mausen nicht* (букв. кошка не оставит/откажется от ловли мышей); *Die Katze liebt den Speck und die Sau den Dreck* (букв. кошка любит сало, а свинья грязь):

- непокорность, строптивость, неподатливость человека:*Auch die kleinsten Katzen krallen* (букв. даже котята царапаются), *Keine Katzen ohne Krallen* (букв. нет кошек без когтей)

Примеры использования зоонима «кошка» в русском языке включают: *«Он что, кошка: как ты его не брось, а он все на ноги становится»* (разг.) – это выражение говорит о том, что человек, несмотря на трудности, всегда находит способ восстановиться и продолжать жить. Сходная пословица имеется и в немецкой лингвокультуре: *Die Katze fällt immer wieder auf die Füße.*

Известна также в русской культуре пословица *«Знай, кошка, своё лукошко!»* (разг.) – она подразумевает, что каждому нужно заниматься своим делом и не вмешиваться в чужие обязанности.

Поговорка *Blutwenig, soviel die Katze auf dem Schwanz wegträgt* употребляется для выражения малого количества чего-либо (букв. ‘настолько мало, что кошка может унести это на хвосте’).

Таким образом, различия в частотности употребления зоонима «кошка» в двух языках подчеркивают разные культурные аспекты и отношение к этому животному.

Зооним *свинья* имеет разную частотность в сопоставляемых языках (нем. -10; русск. – 14 ед.), и нередко ассоциируется с грязью и жадностью.

Однако в некоторых контекстах она также может символизировать изобилие и достаток, что объясняет её присутствие в обеих культурах.

Приведем примеры употребления ПЕ с зоонимом «свинья» в русском языке: *Свинья грязи найдет* (разг.) – это выражение неодобрительно оценивает поведение порочного человека , для которого нет преград в достижении своих низменных целей, нет смысла пытаться его ограничивать или контролировать …

Также известна пословица *Свинья не съест, не чавкая* (разг.), которая говорит о том, что кто-то не сможет получить удовольствие от чего-то без явного проявления своих чувств или действий.

В немецком языке существует компаративная ФЕ *Besoffen wie ein Schwein* (грубо) – дословно ‘пьяный как свинья’, что аналогично русскому *«напиться как свинья»* (сильно напиться), которые негативно оценивают поведение пьяного человека.

Выражение *Das kann kein Schwein lesen* ‘ни одна свинья не сможет это прочитать’, употребляется для обозначения чего-то плохо написанного или трудночитаемого.

Несмотря на общие ассоциации, культурные различия также проявляются в восприятии свиньи. В русской культуре свинья часто воспринимается как символ изобилия, особенно в контексте праздников и народных обычаев, что связано с традицией употребления свинины на столе. В немецкой культуре свинья также может символизировать удачу, особенно в преддверии Нового года, когда фигурки свиней дарят в качестве пожелания благосостояния.

Таким образом, зооним «свинья» в обоих языках иллюстрирует разнообразие значений и ассоциаций, которые могут варьироваться в зависимости от культурного контекста. Это подчеркивает важность учета национально-культурной специфики при анализе фразеологических единиц и пословиц, связанных с одним и тем же зоонимом.

Частотные зоонимы в ФЕ и ПЕ подчеркивают важность животных в языке как символов или метафор, которые используются для передачи определенных смыслов и

оценок. Таким образом, анализ частотности зоонимов в ФЕ и ПЕ позволяет не только выявить культурные особенности, но и понять, какие ценности и стереотипы существуют в разных обществах.

Итак, анималистические ФЕ и ПЕ в русском и немецком языках демонстрируют схожесть в культурных представлениях о животных и их роли в жизни человека. Пословицы с использованием зоонимов *волк и собака* помогают передать важные жизненные уроки и моральные ценности, отражают уникальные аспекты мировосприятия каждого народа. Частотность зоонимов свидетельствует о культурных различиях и сходстве между немецким и русским языками. Например, волк занимает более значимую позицию в русском языке, что связано с его местом в русских сказках и мифах. Некоторые животные (собака, медведь) имеют положительные ассоциации, тогда как другие - свинья и волк - могут быть оценены как негативные. Это отражает общественные установки и стереотипы, существующие в каждой культуре.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Калита, И. В. Очерки по компаративной фразеологии. – М.: Дикси Пресс, 2016. – 176 с.
2. Кашевская, М.Р. Немецкие и русские фразеологические единицы с анимализмами // Международный студенческий научный вестник. – 2015. – № 5-2.
3. Козлова, Т. В. Семантика фразеологизмов с названиями животных в современном русском языке. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 2003. – 192 с.

VOCABULARY DEVELOPMENT TECHNOLOGIES FOR PRESCHOOL CHILDREN WITH GENERAL SPEECH UNDERDEVELOPMENT

Annotation. The article examines animalistic phraseological and paroemic units in German and Russian. The main focus is on the comparison of zoonyms, their cultural meanings and functional features in both language systems. It analyzes how different animals symbolize certain character traits, behavior and social phenomena, and identifies common features and differences in the use of animalistic expressions. The article emphasizes the importance of taking into account cultural specifics when studying phraseology and paroemia, which allows for a deeper understanding of the mentality and worldview of speakers of different languages.
Keywords: paroemic unit, phraseological units, frequency, linguaculture, zoonym.

Kolyada A.A.
Scientific adviser: Basirov Sh.R., Ph.D., professor
State University
E-mail: anya.kolyada.03@inbox.ru

УДК 81’37’366.57:(811.112.2)

ОСОБЕННОСТИ АССИМИЛЯЦИИ РУССКИХ ЗАИМСТВОВАНИЙ В АНГЛИЙСКОМ И НЕМЕЦКОМ ЯЗЫКАХ

Камышева Д. Д.
Научный руководитель: Басыров Ш. Р., д. филол. наук, профессор
ФГБОУ ВО «ДонГУ

Аннотация. Данная работа посвящена процессу заимствования русских слов (русизмов) в английском и немецком языках. В статье выявляются особенности ассимиляции русских заимствований, описываются механизмы их адаптации на фонетическом, грамматическом и семантическом уровнях.
Ключевые слова: русизм, заимствование, ассимиляция, фонетическая ассимиляция, грамматическая ассимиляция

1. Вступление. Настоящая статья посвящена исследованию процессов заимствования русских слов (русизмов) в английский и немецкий языки.

Данное исследование нацелено на выявление особенностей ассимиляции русских заимствований в германских языках (немецком и английском), в частности их адаптации на фонетическом, грамматическом и семантическм уровнях [1; 2; 3].

Материалом для исследования послужили русские заимствования типа "babushka", "mammoth", "kopeck", полученные методом сплошной выборки из различных источников, а именно:

- Кембриджского словаря английского языка [4], словаря Duden [7];
- немецких газет и журналов Die Welt [5], Der Spiegel [6].

американских и британских электронных газет и журналов: «The Economist» [9], «The Guardian» [10], «The New York Times» [11], , «The Times» [12],

Общий объем русизмов в немецком языке составил - 210 единиц, а в английском - 190 единиц.

2. Ассимиляция РЗ в английском и немецком языках

Поскольку системы русского, немецкого и английского языков значительно различаются, то при освоении РЗ в германских языках происходит их определенная ассимиляция на разных уровнях: фонетическом, грамматическом, семантическом. Это приводит к определенному изменению облика заимствованных русских слов в целевых языках.

2.1. **Ассимиляция РЗ в английском языке**. Изучая РЗ в английском языке, можно увидеть этот процесс на примере таких слов, как *kopeck* ['кэирек], *knout* [naut], *sterlet* ['stsilit] и др., звуковой облик этих слов изменяется в соответствии с законами английского произношения. Так, например, произношение гласного [a] в слове *sable* подверглось так называемому великому сдвигу гласных (a > ei). Поскольку в английской фонетической системе отсутствует палатализация согласных, то русские мягкие согласные при заимствовании заменяются на твердые (*rouble, steppe*).

Примечательно, что в Оксфордском словаре [8] слово *sputnik* имеет два варианта произношения: [sputnik], [spʌtnik]. Второй вариант произношения, как можно заметить, возник в результате адаптации слова к правилам произношения английского языка.

Наблюдается также перенос ударения, ср.: русск. ба́*бушка* – англ. ba`bushka; русск. *погро́м* - англ. pógrom, русск. *пирожки́* - англ. pi`roshki и т.п..

Часто заимствованные слова в новой среде приобретают новые значения, которые не имели в исконном языке, что свидетельствует о семантической ассимиляции иноязычного элемента. Так, например, слово *babushka* в английском языке обрело дополнительное значение, которого нет у данного слова в русском языке , а именно: ‘платок на голову’. Например:

(1) *The elderly woman wrapped her **babushka** tightly around her head to keep warm in the cold winter wind* ‘Пожилая женщина плотно обмотала голову платком, чтобы согреться на холодном зимнем ветру’.

В приведенном примере (1) слово *babushka* используется для обозначения платка или шали, которой женщина укрывает свою голову, а не для обозначения бабушки, как это имеет место в русском языке.

Дополнительное значение в английском языке также получило РЗ *mammoth*, которое изначально заимствовалось в английский язык с основным значением ‘*a large extinct elephant of the Pleistocene epoch, typically hairy with a sloping back and long curved tusks*’ (‘крупный вымерший слон эпохи плейстоцена, обычно волосатый, с покатой спиной и длинными изогнутыми бивнями’). Однако, со временем данное слово начало использоваться в переносном смысле – ‘*громадный, огромный*’. Например:

(2) *The new skyscraper being built downtown is a **mammoth** structure, towering over the surrounding buildings and dominating the skyline* ‘Новый небоскреб, строящийся в центре города, представляет собой гигантское сооружение, возвышающееся над окружающими зданиями и доминирующее на горизонте’.

В примере (2) слово *mammoth* употребляется для описания небоскреба как огромного, грандиозного сооружения, подчеркиваются его внушительные размеры и доминирующее положение в городском пейзаже.

Попадая в словарный фонд английского языка, РЗ начинают подчиняться грамматическому строю языка-реципиента. Так, множественное число большинства РЗ образуется по типу английских существительных, т.е. при помощи флексий *-s/es*:

(3) *The sets blended with streets of log houses differing from the decorations largely in the television antennas sprouting from their roofs, while the **muzhiks** and **babushkas** recruited as extras from among the local citizenry squinted from behind the same weathered northern faces that Peter knew when traversing these parts* ‘Наборы смешались с улицами бревенчатых домов, отличаясь от декораций в основном телевизионными антеннами, прорастающими с их крыш, в то время как мужики и бабушки набирались в качестве статистов из числа местных жителей, щурясь из-за тех же обветшалых северных лиц, которые Петр знал при пересечении этих мест’.

Русские заимствования формируют производные слова по тем же типам и моделям, что и английские. Ср.:

(4) *narodism* происходит от русского слова *народничество*, что означает политическое движение в России в XIX веке, стремившееся к улучшению жизни крестьян;

(5) *decembrism* происходит от русского слова *декабристы*, обозначающего участников декабристского восстания 1825 года в России;

(6) *Stakhanovism* происходит от имени Стаханова, советского трудового героя, и означает высокую производительность труда;

(7) *tsardom* происходит от русского слова царство и обозначает царскую власть или правление царя.

Русские заимствования также проходят процесс конверсии, то есть переходят из одной части речи в другую. Например:

(8) *soviet (n.) → soviet (adj.).* Первоначально слово *soviet* употреблялось в английском языке как существительное и обозначало орган власти или совещательный орган в Советском Союзе. В процессе конверсии слово *soviet* стало употребляться также в функции прилагательного для описания признаков (свойств), связанных с советской системой или органами власти.

Многие РЗ входят в состав гибридных образований, т.е. словосочетаний, построенных по моделям английской грамматики и состоящих из русизма и английского слова: *muzhik laborers* ‘рабочие-мужики’, *a down-to-earth muzhik* ‘приземленный мужик’,

Czar's Empire ‘царская империя’, *Soviet way of life* ‘советский образ жизни’, *sputnik era* ‘спутниковая эра’, *a babushka landlady* ‘бабушка’ и др..

2.2. **Ассимиляция РЗ в немецком языке**. При усвоении русских заимствований немецким языком можно выделить несколько уровней преобразования (ассимиляции). Первый из них – семантический. Установлено, что значение русизмов может как сужаться, так и расширяться. Например, в русском языке понятие "квас" имеет более широкое значение, чем в немецком. В русском языке слово *квас* может обозначать различные напитки на основе солода, фруктовые напитки или другие прохладительные напитки с натуральными добавками, в то время как в немецком языке слово *der Kwas* обычно используется для обозначения только традиционного русского напитка на основе солода.

Русская лексема *товарищ* может применяться для обращения к друзьям, коллегам или незнакомым людям. Однако, в немецком языке слово *der Tovarisch* обычно употребляется только в военном или формальном контексте для номинации товарища, например, в армии или полиции.

Другим способом освоения русских заимствований в немецком языке является фонетическое освоение, которое проявляется в изменениях звучания заимствованных слов. Например, русские звуки заменяются на более привычные для языка-реципиента:

(1) нем. *Druschba* (← рус. дружба)

В процессе фонетической ассимиляции может меняться ударение, ср.:

(2) рус. ба́бушка – нем. *Babúschka*

Освоение русизмов затрагивает всегда графический уровень, ср.

(3) рус. самиздат - нем. *Samisdat*

Одним из интересных видов ассимиляции РЗ в немецком языке является их морфологическое освоение, которое в первую очередь касается имен существительных. В этом процессе они могут утрачиваться одни морфемы и появляться другие, которые отсутствуют в русском языке (аффиксы и флексии), ср:

(4) рус. коллективиз**ация** - нем. *Kollektivisier**ung***.

Кроме того, образование множественного числа у РЗ в языке-реципиента происходит по правилам целевого языка (т.е. немецкого). Так, например, у слова *Kolchos* множественное число образуется при помощи грамматического суффикса -е: *Kolchose*.

Род имени существительного может сохраняться в процессе заимствования, как, например, у слова *передовик* (муж. род): *der Bestarbeiter* (муж. род) либо меняться на другой, как в случае со словом погром (муж.род): *das Pogrom* (ср. род).

Важно отметить, что не все русизмы проходят все этапы освоения при переходе в другой язык. Заимствованные слова могут сохранять фонетические и семантические особенности исходного (русского) языка, например:

(5) рус. *политбюро* – нем. *das Politbüro.*

Некоторые заимствования могут подвергаться лексическому освоению. Однако большинство русских заимствований не прошли этот процесс и являются экзотизмами. Экзотизмы, в свою очередь, делятся на заменимые и незаменимые. Среди РЗ встречаются заменимые слова, то есть исконные немецкие синонимы, ср.:

(6) рус. *начальник* → нем. *Natschalnik* = нем.*Vorgesetzte*,

(7) рус. *пайок* → нем. *Pajok =Verpflegungssatz*.

Однако большинство русизмов, отражая реалии советского времени, являются незаменимыми, например: *Bolschewismus, Fünfjahrenplan*.

Таким образом, процесс заимствования русизмов в английском и немецком языках невозможен без изменений слова на том или ином уровне в силу тех или иных различий (в алфавите, грамматических, фонетических и т.д.).

3. Выводы. Проведенное исследование позволяет сделать следующие выводы:

1. РЗ в английском и немецком языках проходят сложный процесс ассимиляции, который включает фонетические, грамматические и семантические изменения.

2. Русизмы адаптируются к фонетическим системам целевых языков, что приводит к изменению их произношения (великий сдвиг гласных в английском языке).

3. Заимствованные слова могут приобретать новые значения в процессе ассимиляции, отражая культурные и социальные контексты, что делает их использование более разнообразным.

4. РЗ подчиняются грамматическим правилам языков, в которые они интегрируются, включая образование множественного числа и производных слов по правилам и моделям словообразования языка-реципиента.

5. Многие русизмы остаются экзотизмами, не проходя полный процесс лексического освоения. Они делятся на заменимые и незаменимые, в зависимости от наличия синонимов в целевом языке.

6. В немецком языке русские заимствования утрачивать собственные морфемы и приобретать новые (морфологическая адаптация).

7. Не все русизмы проходят одинаковые этапы ассимиляции, некоторые сохраняют фонетические и семантические черты русского языка, что указывает на сложность и многообразие языковых взаимодействий.

Таким образом, процесс заимствования русизмов в английском и немецком языках является комплексным механизмов, требующим учета различных языковых особенностей и культурных контекстов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Фадеев В. И. Русские слова в английском языке / В. И. Фадеев // Русская речь – 1969г. – № 3. - 91-94 с.;

2. Крысин Л. П. Иноязычные слова в современном русском языке [Текст] / Л. П. Крысин; АН СССР, Ин-т русского языка. - Москва : Наука, 1968. - 208 с.;

3. Патохин А.И. Англо-русский, русско-английский словарь исключений, заимствований и «трудных» слов английского языка. М.: Карева, 2003., с 110- 116;

4. CIDE: Cambridge International Dictionary of English [Text]. – Cambridge, 2001. – 1472 p.

5. Der Spiegel [Electronic resource]. – URL. : https://www.spiegel.de/ (дата обращения: 10.02.2025).

6. Die Welt [Electronic resource]. – URL. : http://www.welt.de/ (дата обращения: 10.02.2025)

7. Duden. Deutsches Universalwörterbuch [Electronic resource] – URL. : https://www.duden.de (дата обращения: 10.02.2025)

8. Oxford English Dictionary, OED [Electronic resource]. – URL. : https://www.oed.com/ (дата обращения: 10.02.2025)

9. The Economist [Electronic resource]. – URL. : https://www.economist.com/ (дата обращения: 12.02.2025)

10. The Guardian [Electronic resource]. – URL. : https://www.theguardian.com/international (дата обращения: 10.02.2025)

11. The New York Times [Electronic resource]. – URL. : https://www.nytimes.com/ (дата обращения: 10.02.2025)

12. The Times [Electronic resource]. – URL. : https://www.thetimes.co.uk/ (дата обращения: 11.02.2025)

PECULIARITIES OF ASSIMILATION OF RUSSIAN LOANWORDS IN ENGLISH AND GERMAN LANGUAGES

Annotation. This paper is devoted to the process of borrowing Russian words (Russisms) in English and German, emphasizing the emergence of “conflict” between different language systems. The article describes the assimilation of Russian loanwords at the phonetic, grammatical and semantic levels, which leads to changes in pronunciation and meanings of words.

Keywords: Russisms, borrowing, assimilation, phonetic assimilation, grammatical assimilation

Kamysheva D. D.
Scientific advicer: Basyrov Sh. R., Doctor of Philology, Professor.
«Donetsk State University»
E-mail: daria.kamysheva.04@bk.ru

УДК 811.111:811.161.1

О СПЕЦИФИКЕ ПРЕФИКСАЛЬНЫХ И СУФФИКСАЛЬНЫХ МОДЕЛЕЙ ТЕРМИНООБРАЗОВАНИЯ (НА МАТЕРИАЛЕ МЕДИЦИНСКИХ ТЕРМИНОВ АНГЛИЙСКОГО И РУССКОГО ЯЗЫКОВ)

Курило И. Д.
Никулина И. Н., канд. филол. наук, доцент
ФГБОУ ВО «ДонГУ»»

Аннотация: Статья посвящена изучению терминообразования в медицинской терминологии английского и русского языков. На материале 294 терминов (191 английский, 103 русский) анализируются способы образования терминов с помощью греко-латинских терминоэлементов, а также адаптация суффиксов. Использованы описательный и метод сопоставления.
Ключевые слова: термин, терминология, терминоэлемент, префикс, суффикс.

Медицинская терминология представляет собой сложную и структурированную систему специальных языковых единиц, служащих для обозначения различных аспектов медицины, таких как анатомия, физиология, патологии, методы диагностики и лечения. Формирование медицинской терминологии происходило еще в античности, первые медицинские термины можно найти в трудах Гиппократа, Галена, Цельса. Например, анатомия, диагноз, прогноз, терапия, эпидемия, симптом, флеботомия, галеновы препараты, цельсовы термины.

Объектом исследования является медицинская терминология английского и русского языков, предметом – префиксальные и суффиксальные модели терминообразования. Материалом исследования послужили 154 медицинских термина, из них – 91 на английском языке и 63 на русском.

Медицинские термины, традиционно образуются с помощью греко-латинских терминоэлементов. Поскольку они обладают универсальностью использования и интернациональностью. Эти свойства облегчают международное взаимодействие врачей и ученых. Однако, несмотря на общий источник, особенности адаптации и использования терминов в различных языках могут существенно различаться, что создаёт определённые лингвистические и переводческие трудности [3, с. 57].

Префикс – это терминообразующий элемент с левосторонней дистрибуцией. Латинские префиксы: ante-, contra-, de-, dis-, ex- in-. Греческие: an-, anti-, dia-, dys-, exo, en-, syn-, hypo-. В русском языке анти, контра-, де-, эк-, ди-, ан-, диа-, экзо-, эндо-, син-, ди-, дис.

англ.: ***ante****flexion (изгиб вперед),* ***contra****lateral (на противоположной стороне),* ***de****formation (изменение формы),* ***de****pression (угнетение, подавленность),* ***de****hydration (обезвоживание),* ***dis****location (смещение),* ***dys****function (нарушение функции),* ***ex****cision (вырезание),* ***ex****halation (выдыхание),* ***ex****traction (удаление),* ***in****fection (заражение),* ***in****jection (введение),* ***in****digestion (расстройство пищеварения),* ***in****flammation (воспаление),* ***in****gestion (поглощение),* ***in****vasion (внедрение),* ***in****stillation (закапывание).* ***an****emia (отсутствие крови), analgesia (отсутствие боли), antiseptic (противогнилостный),* ***anti****body (против тела),* ***anti****pyretic (против лихорадки),* ***dia****gnosis (распознавание болезни),* ***dia****thermy (глубокий прогрев тканей),* ***dys****pepsia (расстройство пищеварения),* ***dys****lexia (расстройство чтения),* ***dys****trophy (расстройство питания тканей),* ***exo****skeleton (наружный скелет),* ***exo****genous (происходящий извне),* ***en****cephalitis (воспаление головного мозга),* ***en****docarditis (воспаление внутренней оболочки сердца),* ***sy****napse (место соединения нейронов),* ***sy****ndrome (совокупность симптомов),* ***sy****nthesis (соединение частей),* ***hypo****tension (пониженное давление),* ***hypo****glycemia (недостаток глюкозы),*

***hypo**xia (недостаток кислорода), **hypo**thyroidism (недостаточность щитовидной железы).*

русск.: ***ан**теверсия, **ан**тефлексия, **контра**латеральный, **контра**цепция, **де**гидратация, **де**компрессия, **дис**локация, **дис**функция, **экс**цизия, **экс**тракция, **ин**фекция, **ин**ъекция, **ин**фузия, **ан**емия, **ан**алгезия, **ан**урия, **ан**тисептик, **ан**титело, **ан**типиретик, **диа**гноз, **диа**фрагма, **диа**термия, **дис**пепсия, **дис**лексия, **дис**трофия, **экзо**фтальм, **экзо**скелет, **экзо**генный, **эндо**скоп, **эндо**кардит, **син**апс, **син**дром, **син**тез, **гипо**тензия, **гипо**гликемия, **гипо**ксия, **гипо**тиреоз* [16, с. 153].

Префиксы придают терминам новое значение: ante- (находящийся под чем-либо), contra- (противоположность), de- (отделение, удаление), dis- (разделение), ex- (удаление, извлечение), in- (расположение внутри). an- (отсутствие), anti- (противоположность), dia- (между), dys- (расстройство), exo- (науржный), en- (внутри), syn- (соединенное), hypo- (слабо выраженный, недостаточный). Например, префиксы, указывающие на местоположение:

*англ.: ante-: **ante**partum, **ante**flexion, **ante**version; in-: **in**fusion, **in**halation, **in**cubation, **in**stillation, **in**jection, **in**vasion, **in**spection.*

*русск.: анте-: **анте**натальный, **анте**флексия, **анте**версия; ин-: **ин**фузия, **ин**галяция, **ин**тубация, **ин**стилляция, **ин**ъекция, **ин**вазия, **ин**фильтрация.*

Обозначающие противоположность и противодействие contra-, anti-/контра-, анти-: *англ.: Contra-: **contra**lateral, **contra**indication, **contra**ception, **contra**lateral therapy, **contra**st imaging, **contra**flow, **contra**puncture, **contra**incision, **contra**infection, **contrai**nflammation; anti-: **anti**biotic, **anti**histamine, **anti**pyretic, **anti**coagulant, **anti**depressant.*

*русск.: контра-: **контра**латеральный, **контра**стное исследование, **контра**цепция, **контра**латеральная реабилитация, **контра**стная томография, **контра**перфузия, **контра**пункция, **контра**инфекция, **контра**воспаление, **контра**диагностика; анти-**анти**биотик, **анти**гистамин, **анти**пиретик, **анти**коагулянт **анти**депрессант.*

Обозначающие отделение, удаление de-, ex-/ де-, эк-, ди-:

*англ.: de-: **de**bridement, **de**toxification, **de**compression; dis-: **dis**infection, **dis**connection, **dis**impaction, **dis**insertion; ex-: **ex**foliation, **ex**traction, **ex**cision, **ex**enteration.*

*русск.: де-: **де**зинтоксикация, **де**зинфекция, **де**компрессия, **де**гидратация; эк-: **эк**сфолиация, **эк**стракция, **эк**сцизия, **эк**зентерация; ди-: **ди**зимпакция, **ди**сектомия, **ди**ссекция, **ди**станцирование.*

Префиксы со значением отрицания или отсутствия an-/ан-:

*англ.: **an**emia, **an**orexia, **an**osmia, **a**plasia.*

*русск.: **ан**емия, **ан**орексия, **а**патия, **ан**осмия, **а**плазия.*

Префиксы, обозначающие пространственное отношение в организме dia-, exo-/диа,экзо-, эндо-, син-:

*англ.: dia-: **dia**lysis, **dia**phragm; exp: **exo**crine, **endo**crine.*

*русск.: диа-: **диа**лиз, **диа**фрагма; экзо-/эндо-: **экзо**кринный, **эндо**кринный, **син**апс.*

Префиксы со значением расстройств или нарушений dys-/ ди-, дис-:

*англ.: **dys**function, **dys**pnea, **dys**phagia, **dys**menorrhea, **dys**plasia.*

*русск.: ди-, дис-: **дис**функция, **дис**пноэ, **дис**фагия, **дис**менорея, **дис**плазия.*

Префиксы, обозначающие соединение или совместность syn-/син:

*англ.: **syn**drome, **syn**apse, **syn**thesis, **syn**ergism, **syn**ostosis.*

*русск.: **син**дром, **син**апс, **син**тез, **син**ергизм, **син**остоз.*

Префиксы, обозначающие слабую выраженность или недостаточность hypo-/гипо-

*англ.: **hypo**tension, **hypo**glycemia, **hypo**thyroidism, **hypo**xia, **hypo**plasia.*

*русск.: **гипо**тония, **гипо**гликемия, **гипо**тиреоз, **гипо**ксия, **гипо**плазия.*

Во многих случаях термины с латинскими префиксами имеют значение местоположения, отделения, удаления, а греческие выражают отсутствие, соединение,

совместимость, недостаточность. Значение противоположности имеют медицинские термины как с латинскими, так и с греческими префиксами [1, с. 34].

Суффикс – терминообразующий элемент с правосторонней дистрибуцией. Латинские суффиксы: -iti, -ment, -ur, -io, -or. Греческие: -men, -itis, -osis, -oma. Например:

*англ.: elastic**ity** (эластичность), mobil**ity** (подвижность), celer**ity** (скорость), san**ity** (здравомыслие), seg**ment** (участок), liga**ment** (связка), fila**ment** (нитевидное образование), medica**ment** (лекарство), docu**ment** (документ), rupt**ur**e (разрыв), struct**ur**e (строение), fiss**ur**e (щель, трещина), flex**ur**e (изгиб), composit**io**n (составление), digest**io**n (переваривание), operat**io**n (действие), vis**io**n (зрение), dol**or** (болезненный), mot**or** (двигатель), tum**or** (опухоль), doct**or** (врач), animat**or** (движущая сила), speci**men** (результат исследования), regi**men** (режим лечения), gastr**itis** (воспаление желудка), arthr**itis** (воспаление суставов), tonsill**itis** (воспаление миндалин), bronch**itis** (воспаление бронхов), dermat**itis** (воспаление кожи), neur**osis** (нервное расстройство), psych**osis** (расстройство психики), osteopor**osis** (потеря плотности костей), scler**osis** (уплотнение тканей), fibr**oma** (опухоль из соединительной ткани), carcin**oma** (злокачественная опухоль), lymph**oma** (опухоль лимфатической ткани), melan**oma** (злокачественная опухоль кожи), aden**oma** (доброкачественная опухоль железистой ткани), glauc**oma** (повышенное давление в глазу), sarc**oma** (злокачественная опухоль соединительной ткани), hemat**oma** (скопление крови в тканях), ty**oma** (опухоль мышечной ткани), chondr**oma** (опухоль хрящевой ткани), angi**oma** (опухоль сосудистой ткани).*

Греческие и латинские суффиксы используются в русском языке не всегда из-за исторического влияния, так как медицинская терминология заимствована из этих языков, но в русском есть свои словообразовательные модели; упрощения, поскольку для удобства произношения и понимания термины часто адаптируются или заменяются русскими аналогами; семантики, так как не все греческие и латинские суффиксы точно передают нужное значение в русском контексте и потому некоторые термины устоялись в оригинальной форме, а другие были переведены или упрощены. Например:

русск.: деформация, контрактура, гипертензия, анестезия, амнезия, лечение, образование, развитие, повреждение, обезболивание, температура, пунктура, фрактура, инъектура, лакуна, инфекция, регенерация, дегенерация, ингаляция, абсорбция, доктор, рецептор, ингалятор, скальпель, термометр, лекарство, образование, повреждение, развитие, обезболивание, гастрит, артрит, бронхит, дерматит, цистит, остеопороз, сколиоз, невроз, тромбоз, цирроз, глиома, липома, меланома, саркома, аденома [16, с. 153].

Как и префиксы суффиксы придают терминам не только особое значение, но и переводят термины из одного класса частей речи в другой: -iti (качество, свойство), -ment (состояние, положение), -ur (резуьтат действия), -io (действие), -or (производитель действия), -men (результат), -itis (воспаление), -osis (отказ), -oma (опухоль). В русском языке: -ость, -н-/-ен-, -а, -ция, -ие, -тель, -ор, -ение, -ит, -оз, -ома. Например:

Суффиксы, обозначающие качество, свойство -iti/ -ость: *англ.: elastic**ity**, mobil**ity**, celer**ity**, san**ity**; русск.: эластичн**ость**, подвижн**ость**, скор**ость**, здравомыслие (разумн**ость**).*

Суффиксы, обозначающие объект, состояние, положение -ment/-н-, -ость:

*англ.: seg**ment**, liga**ment**, fila**ment**, medica**ment**, docu**ment**; русск.: -ен-: увеличе**н**ие, смеще**н**ие, ухудше**н**ие; -ость: подвижн**ость**, жестк**ость**, склонн**ость**.*

Результат действия -ur/-а, ция: *англ.: rupt**ur**e, struct**ur**e, fiss**ur**e, flex**ur**e; русск.: -ации: ампут**ация**, перфор**ация**.*

Действие -tion/-н-: *англ.: composi**tion**, diges**tion**, opera**tion**; русск.: составле**н**ие, перевариван**и**е.*

Производитель действия -or/-тель, -ор: *англ.: dol**or**, mot**or**, tum**or**, doct**or**, animat**or**; русск.: -тель: двига**тель**, возбуди**тель**, нагнета**тель**; -ор: трем**ор**, резект**ор**, стабилизат**ор**.*

Результат искусственного действия, процесс течения заболевания, выздоровления -ment/-ен-: *англ.: treat**ment**, improve**ment**; русск.: заживл**ен**ие, обостр**ен**ие, воспал**ен**ие.*

Воспаление -itis/ -ит: *англ.: gastr**itis**, arthr**itis**, tonsill**itis**, bronch**itis**, dermat**itis**; русск.: гастр**ит**, артр**ит**, бронх**ит**, дермат**ит**.*

Отказ систем организма или патологическое состояние -osis / -оз-: *англ.: neur**osis**, psych**osis**, osteopor**osis**, scler**osis**; русск.: невр**оз**, псих**оз**, остеопор**оз**, склер**оз**, цирр**оз**, мик**оз***

Опухоль -oma/ -ома-: *англ.: fibr**oma**, carcin**oma**, lymph**oma**, melan**oma**, aden**oma**, glauc**oma**, sarc**oma**, hemat**oma**, my**oma**, chondr**oma**, angi**oma**; русск.: фибр**ома**, карцин**ома**, лимф**ома**, мелан**ома**, аден**ома**, глаук**ома**, сарк**ома**, гемат**ома**, ми**ома**, хондр**ома**, анги**ома**.*

Терминов с латинскими и греческими суффиксами меньше, чем с префиксами, потому что префиксы используются для передачи нюансов изменения значения, тогда как суффиксы конкретизируют значение и переводят термины из одной части речи в другую. В русском языке иноязычные суффиксы часто заменяются на собственные или упрощаются для удобства произношения. Исторически многие термины заимствовались с сохранением префиксов, но суффиксы адаптировались, например: ***гипо**тония (**hypo**tension), **ан**емия (**an**emia), **анти**биотик (**anti**biotic); инфекц**ия** (infec**tion**)*, подвижн**ость** (mobil**ity**), склер**оз** (scler**osis**). Кроме того, не все греческие и латинские суффиксы точно передают значение в русском контексте, что также ограничивает их использование [2, с. 105].

В медицинской терминологии существуют гибриды, которые комбинируют латинские и греческие терминоэлементы. Это связано с историческим процессом заимствования и интеграции различных элементов из греческого и латинского языков, поскольку оба эти языка играли важную роль в развитии медицины на разных этапах истории. Примерами могут послужить: *cardiomyopathy — cardio- (греч.) + -myopathy (лат.) (болезнь сердца, заболевание сердечной мышцы), neuropsychology — neuro- (греч.) + -psychology (лат.) (наука о взаимосвязи между нервной системой и психическими процессами). osteoarthritis — oste- (греч.) + -arthritis (лат.) (воспаление суставов, связанное с нарушением в костной ткани). hepatomegaly — hepato- (греч.) + -megaly (лат.) (увеличение печени).* Случаи комбинирования латинских и греческих терминоэлементов в медицинских терминах встречается редко из-за языковой специфики, исторической традиции и унификации терминологии. Латинский и греческий языки исторически использовались для разных целей: латинский — для описания анатомии и методов лечения, а греческий — для обозначения патологий и диагнозов [16, с. 86].

Необходимо подчеркнуть, что греческий язык сыграл ключевую роль в формировании медицинской науки, особенно в области диагностики, описания заболеваний и функциональных расстройств, что оставило значительное наследие в современном медицинском языке [3, с. 36].Это наследие проявляется не только в сохранении древних терминов, но и в их устойчивости к изменениям. Благодаря своей универсальности и точности, многие греческие термины сохраняют своё значение в течение длительного времени, обеспечивая преемственность знаний и позволяя специалистам из разных поколений понимать друг друга. Хотя некоторые термины могут выходить из употребления в связи с развитием науки, например: apoplexy (совр. stroke), *consumption* (совр. tuberculosis), *dropsy* (совр. edema); *грудная жаба* (совр. *стенокардия*), *кровяной удар* (совр. инсульт), *чахотка* (совр. туберкулёз) [8, с. 200].

Таким образом, медицинская терминология английского и русского языков имеет единые корни, что обеспечивает её интернациональный характер. Грамотное использование и интерпретация медицинских терминов требует понимания как их лингвистической природы, так и контекста применения, что особенно важно в медицинской практике и научной среде.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Ахманова О.С. Словарь лингвистических терминов. – Москва: Советская энциклопедия, 1969. – 607 с.
2. Даниленко В.П. Русская терминология: Опыт лингвистического описания. – Москва: Наука, 1977. – 263 с.
3. Комиссаров В.Н. Лингвистические аспекты заимствований в медицинской терминологии. – Москва: Высшая школа, 1991. – 204 с.
4. Комиссаров В.Н. Теория перевода (лингвистические аспекты). – Москва: Высшая школа, 1990. – 253 с.
5. Леван А.А. Проблемы структурирования научной терминологии. – Москва: Наука, 1987. – 210 с.
6. Леван А.А. Этимология и нормализация медицинских терминов. – Москва: Наука, 1998. – 180 с.
7. Молдован А.М. Вопросы нормализации медицинской терминологии. – Санкт-Петербург: Лань, 2002. – 215 с.
8. Реформатский А.А. Введение в языкознание. – Москва: Аспект Пресс, 1996. – 350 с.
9. Семенова Н.Н. Медицинская терминология в русском языке: заимствования и стандартизация. – Москва: Наука, 2010. – 218 с.
10. Семенова Н.Н. Теоретические основы медицинской терминологии. – Москва: Наука, 2005. – 312 с.
11. Боргоякова Т.Г., Исаев М.И. Словарь социолингвистических терминов. – М., 2006. – 296 с.
12. Кузнецов С.А. Толковый словарь русского языка. – СПб.: Норинт, 2001. – 1536 с.
13. Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка. 4-ое изд., доп. – М.: «АТЕМП», 2004. – 882 с.
14. Панов М.В. Энциклопедический словарь молодого филолога. – М.: Педагогика, 1984. – 360 с.
15. Розенталь Д.Э. Словарь лингвистических терминов. – М.: ОНИКС 21 век, Мир и Образование, 2003. – 150 с.
16. Скляревская Г.Н. Толковый словарь русского языка начала XXI века. – М.: Эксмо, 2007. – 783 с.
17. Скляревская Г.Н. Языковые изменения конца XX столетия: толковый словарь современного русского языка конца XX века. – М., 2001. – 376 с.
18. Фасмер М. Этимологический словарь русского языка. – М.: Просвещение, 1988. – 245 с.

MEDICAL TERMINOLOGY OF THE ENGLISH AND RUSSIAN LANGUAGES

Abstract: The article is devoted to the study of term formation in medical terminology in English and Russian. Based on the analysis of 294 terms (191 in English, 103 in Russian), the methods of term formation using Greco-Latin terminological elements, as well as the adaptation of suffixes, are examined. The descriptive and comparative methods were used.
Keywords: term, terminology, terminological element, prefix, suffix.

Kurilo I. D.
Nikulina I. N., Candidate of Philological Sciences, Associate Professor
Donetsk State University
E-mail: kurilo03@bk.ru

УДК 811.111

СТРУКТУРНО-ГРАММАТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ АНГЛИЙСКИХ ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ СО ЗНАЧЕНИЕМ «ПОВЕДЕНИЕ ЧЕЛОВЕКА»

Лифанова В. Г.
Научный руководитель: Войтенко Е. Ю. канд. филол. наук, доцент
ФГБОУ ВО «ДонГУ»

Аннотация. Данная статья посвящена исследованию структурно-грамматических особенностей английских фразеологических единиц, описывающих поведение человека. Исследование проведено с целью понимания механизмов описания поведения в английской фразеологической картине мира. В результате исследования выделены и проанализированы наиболее продуктивные структурно-семантические модели английских ФЕ, характеризующих поведение человека, что позволяет глубже понять связь между языком и социальным взаимодействием, а также расширить представления о способах выражения поведения через фразеологические единицы.
Ключевые слова: фразеологическая единица, поведение человека, структурные особенности.

1. Введение. Язык – это не просто средство коммуникации, но и отражение культурных ценностей, норм и стереотипов, сформировавшихся в обществе. Одной из наиболее выразительных и образных частей языка являются фразеологизмы. Особенно интересными с этой точки зрения являются фразеологические единицы (далее – ФЕ), описывающие поведение человека, поскольку они позволяют проследить, какие черты характера и модели поведения акцентируются и оцениваются в языковом сознании носителей английского языка.

Актуальность исследования обусловлена возрастающим интересом современной лингвистической науки к анализу социальных установок англоязычного сообщества через призму фразеологического фонда языка. Учитывая сложную и многогранную природу феномена человеческого поведения, его вербальная и структурная репрезентация обладает высокой степенью специфичности и вариативности, что предопределяет необходимость его детального изучения.

Цель данного исследования заключается в изучении и описании структуры английских фразеологических средств со значением «поведение человека», а также осуществление структурной классификации рассматриваемых ФЕ.

Объектом исследования является группа ФЕ, репрезентующих поведение человека в английском языке. Предметом исследования являются выступают структурно-грамматические особенности английских ФЕ со значением «поведение человека».

Материалом исследования служат 365 ФЕ английского языка со значением «поведение человека», выбранные из Большого англо-русского фразеологического словаря под редакцией А. В. Кунина, Longman Dictionary of English Idioms, Cambridge International Dictionary of Idioms.

2. Фразеологизмы как структурная единица лексико-семантической системы языка

Дискуссионным можно считать мнение об определении фразеологизма, выявлении признаков и принципов структурно-грамматической классификации ФЕ. Такие важнейшие качества, как диффузность фразеологического значения, устойчивость и разнооформленность затрудняют классификацию фразеологизма.

Для обозначения различных форм поведения человека каждый язык располагает разнообразным набором средств, среди которых наиболее адекватными являются ФЕ, поскольку, будучи дискурсивными по своей семантике, они способны развернуть в

динамике различные «сценарии» поведения и представить его как тип социального взаимодействия.

Исследование структурно-грамматических особенностей таких выражений помогает выявить закономерности их построения, способы передачи смыслов и их роль в коммуникации. Понимание механизмов функционирования фразеологизмов способствует не только более глубокому изучению английского языка, но и лучшему пониманию особенностей мировосприятия и социальных установок англоязычного сообщества.

Попытки систематизировать фразеологизмы были предприняты следующими учеными: Н. Н. Амосова [1], И. В. Арнольд [2], В. В. Виноградов[4], А. В. Кунин [5], А. И. Смирницкий [7], Н. М. Шанский [8] и др.

Н. М. Шанский в своей работе «Фразеология современного русского языка» представил классификацию фразеологических единиц, основанную на их структурных характеристиках. Он выделяет две группы. В первую группу автор определяет фразеологизмы, которые по своей структуре соответствуют предложению. В свою очередь, они подразделяются на номинативные и коммуникативные фразеологические единицы. Выражения коммуникативного типа также делятся на две группы: фразеологизмы, представляющие речевые штампы и фразеологизмы, содержащие в себе нравоучение, народную мудрость (пословицы и крылатые выражения).

Ко второй группе Н. М. Шанский относит фразеологические единицы, структурно соотносимые с сочетаниями слов. В рамках данной группы он выделяет следующие типы сочетаний: *прилагательное + существительное; существительное + существительное в родительном падеже; существительное + существительное или прилагательное в предложном падеже; существительное в предложном падеже + существительное в родительном падеже; существительное в предложном падеже + существительное в предложном падеже; глагол + существительное (с предлогом или без); глагол + наречие; деепричастие + существительное; предлог + прилагательное + существительное; сочетания с сочинительными союзами; сочетания с подчинительными союзами; сочетания с отрицательной частицей «не»* [8, с. 84].

М. Р. Рамазанова указывает, что грамматическая структура английских фразеологизмов организована по строгим законам английского языка [6, с. 5]. Следовательно, при изучении структурных особенностей ФЕ нужно учитывать их синтаксическое построение, которое предполагает наличие единиц со структурой свободных словосочетаний и предложений.

Е. Ф. Арсентьева в своей работе «Сопоставительный анализ фразеологических единиц» разработала структурно-грамматическую классификацию ФЕ, разделив их на две группы: единицы, имеющие структуру словосочетания, и единицы, обладающие структурой предложения. [3, с. 9].

3. Структурно-грамматические особенности фразеологизмов со значением «поведение человека» в английском языке

В соответствии с классификацией, предложенной Е. Ф. Арсентьевой, анализируемые ФЕ были распределены на две группы: фразеологизмы, имеющие структуру словосочетания и структуру предложения. Количественное соотношение данных типов представлено в таблице 1.

Таблица 1

Структурно-грамматические типы английских ФЕ со значением «поведение человека»

№ п/п	Тип	Кол-во ФЕ, ед.	Кол-во ФЕ, %	Примеры
1	Со структурой словосочетания	316	87	*As mad as a wet hen* ‘спятить, взбеситься’, *to be worth one’s salt* ‘быть достойным человеком’
2	Со структурой предложения	49	13	*A good name is better than riches* ‘Добрая слава лучше богатства’, *Fortune favours the bold (brave)*’ счастье сопутствует смелым’
	Всего	365	100	

Согласно полученным данным, языковой материал из 365 ФЕ содержит 316 единиц со структурой словосочетания, которые значительно преобладают – 87%. Следует отметить, что английские ФЕ со структурой словосочетания – это номинативные фразеологизмы, которые служат для номинации явлений, предметов и действий, функционирующие в качестве каких-либо членов предложения: *to bite smb’s head off* ‘дерзко ответить кому-л.’, *eager beaver* ‘«работяга», трудолюбивый человек’.

Кроме того, была выделена группа ФЕ, которые соотносятся с предложением в структурном плане, например, *a good deed is never lost* ‘доброе дело без награды не остается’. Однако она выражена менее количественно (49 ед., 13%), чем ФЕ со структурой словосочетания.

Также в работе была предпринята попытка классифицировать исследуемые ФЕ по соотнесенности их с частями речи. Разделение основано на принадлежности основного элемента выражения к определенной части речи.

На основе данного показателя, А. В. Кунин выделил четыре класса ФЕ: номинативные (субстантивные, адъективные, адвербиальные, предложные), номинативно-коммуникативные (глагольные), междометные и модальные, а также коммуникативные (поговорки и пословицы). [5, с. 23].

В своей классификации А. В. Кунин соглашается с определением ФЕ как устойчивых образований. Автор подчеркивает, что «устойчивость ФЕ основана на их различных типах инвариантности, т.е. неизменности определенных элементов при всех нормативных изменениях», выделяя следующие виды инвариантности:

- устойчивость употребления: фразеологизм является зафиксированной единицей языка;
- структурно-семантическая устойчивость, поскольку фразеологизм состоит как минимум из двух слов, представляет собой раздельнооформленную единицу и не имеет типового значения;
- семантическая устойчивость;
- лексическая устойчивость (неподменяемость компонентов);
- синтаксическая устойчивость (полная незаменяемость порядка компонентов) [5, с. 25].

На основании этого А. В. Кунин приходит к выводу, что фразеологизм представляет собой «устойчивое сочетание лексем с полностью или частично переосмысленным значением» [5, с. 26].

Результаты исследования английских ФЕ со значением «поведение человека» со структурой словосочетания отображены в таблице 2.

Таблица 2

Английские ФЕ со значением «поведение человека» со структурой словосочетания

№ п/п	Тип ФЕ	Кол-во ФЕ, ед.	Кол-во ФЕ, %	Примеры
1	Глагольные	172	54	*to turn a blind eye* ‘игнорировать что-л.’, *to see red* ‘разозлиться’
2	Субстантивные	80	25	*a yellow streak* ‘склонность к трусости или предательству’, *dirty work* ‘подлость, низость’
3	Адвербиальные	41	13	*down in the dumps* ‘как в воду опущенный’, *above water* ‘в хорошем положении’
4	Адъективные	23	7	*jolly as a sandboy* ‘очень веселый; жизнерадостный’
	Всего	316	100	

В нашем исследовании за основу берется структурная классификация А. В. Кунина [5, с. 125]. Однако анализируемый материал показал, что не все классы ФЕ, выделенные в классификации А. В. Кунина, применимы к данному исследованию. В связи с этим, будут рассмотрены только те классы, которые были выявлены в ходе исследования.

Анализ языкового материала демонстрирует, что наиболее многочисленной группой в английском языке являются глагольные ФЕ, составляющие 54% (172 ед.) от общего количества. Наиболее распространённой моделью в данной группе выступает структура V + Prep. + N, представляющая собой трёхкомпонентную глагольно-именную модель с факультативным детерминантом. Фразеологизмы в рамках этой модели могут включать константно-переменные и константно-вариантно-переменные зависимости компонентов [5, с. 166]. В качестве переменной в единицах могут использоваться неопределенно-личные местоимения, такие как *somebody (smb), someone, something (smth), one, one’s*. Например, *to bring smb down a peg* ‘осадить кого-л.’, *to cast smth in smb’s teeth* ‘упрекать кого-л. в чем-л.’, *to cry one’s eyes out* ‘горько рыдать’.

Группа субстантивных ФЕ насчитывает 80 ед. (25%). Наиболее многочисленной среди них является модель Adj. + N, например: *a wet blanket* ‘нудная личность; человек, отравляющий другим удовольствие’, *bad blood* ‘недоброжелательство’, *cold feet* ‘малодушие’.

На третьем месте по численности находятся адвербиальные ФЕ – 41 ед. (13%). В этой группе выделяются структуры типа Prep. + N: *with bad grace* ‘нелюбезно’, *on the rack* ‘в тревожном состоянии’; Prep. + Adj.: *in bad* ‘в немилости’, *on velvet* ‘процветающий’.

В ходе анализа адъективных ФЕ, составляющих 23 ед. (7%), было установлено, что большинство из них имеют структуру компаративного оборота (as) + Adj. + as + N: *sick as mud* ‘как в воду опущенный’, *sore as a boil* ‘зол как чёрт’, *cold as steel* ‘бесчувственный, холодный как лед’. Эти фразеологизмы обладают сравнительным значением, где в первом случае объектом сопоставления является *«mud»,* во втором – *«boil»*, а в третьем – *«steel»*.

Выводы.

В рамках настоящего исследования проведён анализ ФЕ, характеризующих различные аспекты человеческого поведения. Исследование структуры ФЕ со значением «поведение человека» показало, что большинство из них являются глагольными, что подтверждает высокую степень динамичности и активности в выражении человеческого поведения. Следующими по численности идут

субстантивные, адъективные и адвербиальные, что демонстрирует разнообразие форм выражения и глубокое отражение внутреннего мира и социальных ролей человека в языке.

Таким образом, фразеологизмы, относящиеся к различным аспектам человеческого поведения, играют важную роль в языке, они отражают культурные и социальные реалии общества и помогают лучше понять менталитет и внутренние процессы, происходящие у индивида. Фразеология представляет собой важную часть языковой картины мира, служащую для передачи сложных эмоциональных, моральных и интеллектуальных состояний.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Амосова, Н. Н. Основы английской фразеологии. – Л.: Изд-во Ленинградского университета. – 1963. – 123с.
2. Арнольд И. В. Лексикология современного английского языка. – М.: Высш. шк. – 1986. – 295 с.
3. Арсентьева Е. Ф. Сопоставительный анализ фразеологических единиц (на материале фразеологических единиц, семантически ориентированных на человека в английском и русском языках): дис. … канд. филол. наук. – Казань: Изд-во Казанского ун-та. – 2009. – 126 с.
4. Виноградов, В. В. Избранные труды. Лексикология и лексикография // Отв. ред. и авт. предисл. В. Г. Костомаров; АН СССР, Отд-ние литературы и яз. – Москва: Наука. – 1977. – 312 с.
5. Кунин А. В. Курс фразеологии современного английского языка. Учебное пособие для институтов и факультетов иностранного языка. – Москва Высшая школа. – 1996. – 381 с.
6. Рамазанова М. Р. Структура и семантика фразеологических единиц английского языка: автореф. дисс. ... канд. филол. наук: 10.02.09. – Махачкала – 1999. – 27 с.
7. Смирницкий, А. И. Лексикология английского языка. – Моск. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова. Филол. фак. – Москва: Омен: МГУ. – 1998. – 259 с.
8. Шанский, Н. М. Лексикология современного русского языка // Пособие для пед. ин-тов. – Москва: Просвещение – 1964. – 316 с.

STRUCTURAL AND GRAMMATICAL FEATURES OF PHRASEOLOGICAL UNITS WITH THE MEANING “HUMAN BEHAVIOUR” IN ENGLISH

Annotation. This article is focused on examining the structural and grammatical characteristics of English phraseological units that describe human behaviour. The research was conducted in order to understand the mechanisms of behaviour description in the English phraseological worldview. As a result of the research, the most productive structural and semantic models of English phrases characterizing human behaviour have been identified and analysed, which makes it possible to better understand the relationship between language and social interaction, as well as expand the understanding of ways to express behaviour through phraseological units.
Keywords: phraseological unit, human behaviour, structural features.

Lifanova V. G.
Scientific adviser: Voitenko E. Yu., Candidate of Philology, associate professor
Donetsk State University
E-mail: valeriya.genn@mail.ru

УДК 81’37’366.57:(811.112.2)

СПОСОБЫ ОБРАЗОВАНИЯ КВАНТИФИКАТОРОВ НЕОПРЕДЕЛЁННОГО МНОЖЕСТВА В НЕМЕЦКОМ ЯЗЫКЕ

Лысенко П. А.
Научный руководитель: Басыров Ш. Р., д. филол. н., профессор
ФГБОУ ВО «ДонГУ»

Аннотация. В статье исследуются способы образования квантификаторов неопределённого множества в немецком языке, определяется их продуктивность, категориальная принадлежность, рассматриваются способы производства однословных и многословных квантификаторов.
Ключевые слова: квантификатор неопределённого множества, продуктивность, категориальная принадлежность, однословный квантификатор, многословный квантификатор.

1. Вступление. Одной из важных задач лингвистики является изучение категории количественности и механизмов ее вербализации в языке. Квантификаторы неопределённого множества играют ключевую роль в передаче значений неопределённости и приблизительности, что делает их изучение особенно актуальным.

На сегодняшний день проведено немало исследований, посвящённых различным аспектам квантификации в немецком языке (см., например, работы по квантификации К. А. Бордюговой, М. И. Вахрушевой). Однако вопросы, касающиеся способов образования квантификаторов неопределённого множества, остаются недостаточно изученными.

Цель данного исследования заключается в систематизации и анализе способов образования квантификаторов неопределённого множества в немецком языке, а также в выявлении степени продуктивных данных способов.

Эмпирическим материалом работы послужили квантификаторы неопределённого множества, отобранные из одноязычных словарей, а также примеры их употребления, полученные из оригинальных текстов информационно-новостных и аналитических изданий, художественной литературы, веб-сайтов (Berliner Zeitung — 42 ед., Der Tagesspiegel — 56 ед., Anna Seghers «Das siebte Kreuz: Roman aus Hitlerdeutschland» — 1 ед., HIFI.DE — 1 ед.) Таким образом, общий объем словарной выборки составил 100 квантификаторов.

2. Количественный состав квантификаторов. Анализ словарной выборки показал, что в линейном отношении квантификаторы неопределённого множества (далее: КНМ) в немецком языке распадаются на следующие структурные типы:

1) однословные КНМ (47 ед. или 47%):

Schwall übertr. <große Anzahl> разг. 'поток', 'волна', перен. 'большое количество': *Politiker neigen mitunter dazu, die Realität mit* ***einem Schwall*** *von Worten zu kaschieren* 'Политики подчас стремятся скрыть реальность с помощью обилия слов';

viel(e) <eine große Menge> 'много': *Sie werden sehen, wie* ***viel*** *Freude es macht, wenn man Schritt für Schritt voran geh*t 'Вы увидите, как весело двигаться вперед шаг за шагом'

wenig <nicht viel> 'мало': *Ziel müsse es sein, möglichst* ***wenig*** *Daten zu speichern* 'Цель должна состоять в том, чтобы хранить как можно меньше данных';

2) многословные КНМ (53 ед. или 53%), которые подразделяются на следующие подгруппы:

а) двухсловные КНМ (16 ед. или 16%):

Bücher wälzen umg. <viel lesen> разг. 'дробить книги', перен. 'много читать': *Man muss keine* ***Bücher wälzen*** *und Archive durchstöbern, um etwas über die Geschichte zu erfahren* 'Чтобы узнать что-то об истории, не обязательно читать много книг и рыться в архивах';

ein bisschen umg. <ein wenig, etwas> разг. 'немного': *Die Funktionsgleichung des Rechts lautet = Gesetz + Verstand + Herz +* ***ein bisschen*** *Mut* 'Функциональное уравнение закона таково: закон + разум + сердце + немного смелости';

б) трёхсловные КНМ (7 ед. или 7%):

im Geld schwimmen umg. <sehr viel Geld besitzen> разг. 'купаться в деньгах', перен. 'иметь очень много денег': ***Im Geld schwimmt*** *sie auf jeden Fall* 'Она точно купается в деньгах';

mehr als genug <übergenug> 'более чем достаточно': *Tatsächlich waren* ***mehr als genug*** *Chancen vorhanden* 'На самом деле, шансов было более чем достаточно'.

в) четырёхсловные КНМ (16 ед. или 16%):

in Hülle und Fülle <in großer Menge, reichlich, im Überfluss> (букв. 'в обёртке и в изобилии'), перен. 'в большом количестве, достаточно, в избытке': *Chinesische Restaurants und Imbisse gibt es in Berlin* ***in Hülle und Fülle*** 'В Берлине есть множество китайских ресторанов и закусочных';

wie Sand am Meer <in großer Menge, im Überfluss> букв. 'как песка у моря', перен. 'в большом количестве', 'в избытке': *Freie Webdesigner gibt es wie Sand am Meer* 'Внештатных веб-дизайнеров сейчас огромное количество';

г) пятисловные КНМ (5 ед. или 5%):

alle Zeit der Welt haben <viel Zeit haben> букв. 'владеть всем временем мира', перен. 'иметь много времени': *Sie* ***haben*** *nun* ***alle Zeit der Welt****, sich ganz allmählich zu verbessern* 'Теперь у них есть огромное количество времени, чтобы постепенно совершенствоваться';

Gott und die Welt kennen umg. <viele Bekannte haben, viele Leute kennen> разг. 'знать Бога и мир', перен. 'иметь много знакомых', 'знать большое количество людей': *Astan* ***kennt Gott und die Welt*** 'Астан знает всех и вся';

д) шестисловные КНМ (4 ед. или 4%):

alle Hände voll zu tun haben <viel Arbeit haben> букв. 'иметь все руки полные дел', перен. 'иметь много работы': *In der Werkstatt nun* ***haben*** *sie* ***alle Hände voll zu tun*** 'Теперь у них полно работы в цеху';

ein Tropfen auf dem heißen Stein <sehr wenig> букв. 'капля на горячем камне' = 'капля в море', перен. 'ничтожно мало': *Doch diese Summe ist nicht mehr als* ***ein Tropfen auf den heißen Stein*** 'Однако эта сумма — не более чем капля в море';

е) семисловные КНМ (4 ед. или 4 %):

bis über beide Ohren in Arbeit stecken <viel zu tun haben, viel Arbeit haben> (букв. 'быть по уши в работе'), перен. 'иметь много работы': *Auch Partymacher Bob Young* ***steckt bis über beide Ohren in der Arbeit*** 'Организатор партии Боб Янг также по уши в работе';

die Nase zu tief ins Glas stecken umg. <zu viel Alkohol trinken> разг. 'засовывать нос глубоко в стакан', перен. 'слишком много пить': *Schließt die Augen und* ***steckt eure Nase tief ins Glas*** 'Закройте глаза и налакайтесь';

ё) восьмисловные КНМ (1 КНМ или 1%):

das kann eine/die Maus auf dem Schwanz forttragen <eine kleine Menge> букв. 'это мышь может унести на хвосте', перен. 'очень мало': *Was die Gemeinde bisher für Kinderspielplätze ausgegeben hat,* ***das kann die Maus auf dem Schwanz forttragen*** 'Средств, потраченных муниципалитетом на детские площадки до сих пор, слишком мало'.

3. Категориальная принадлежность квантификаторов. В категориальном отношении немецкие КНМ распадаются на следующие группы:

1) субстантивные КНМ (28 ед.):

Löwenanteil <größter Anteil> букв. 'львиная доля', перен. 'значительная часть': *Das Problem ist jedoch, dass der* ***Löwenanteil*** *der Antibiotika an vollkommen gesunde Tiere verfüttert wird* 'Проблема, однако, в том, что львиная доля антибиотиков скармливается совершенно здоровым животным';

Unmenge <sehr große Anzahl> 'огромное количество', 'бесчисленное множество': *Seit vielen Jahren werden in den Wasserturmplatz* ***Unmengen*** *von Geld gesteckt* 'На протяжении многих лет на Вассертурмплац тратятся огромные деньги';

2) адъективные / адвербиальные КНМ (16 ед.):

genug <ausreichend, genügend> 'достаточно': *Wäre es nicht schön,* ***genug*** *Geld zu haben, um die Welt ein bisschen besser zu machen?* 'Разве не было бы здорово иметь достаточно денег, чтобы сделать мир немного лучше?';

hundertmal umg. <mehrmals> разг. 'сто раз', перен. 'много раз': *Er hat diesen Satz* ***hundertmal*** *gesagt* 'Он произнес это предложение сто раз';

3) КНМ-числительные (2 ед.):

hundert umg. <eine unbestimmte große Anzahl> разг. 'сотня', перен. 'большое количество': *Die Kinder hatten* ***hundert*** *Fragen* 'У детей была целая сотня вопросов';

tausend umg. <eine unbestimmte große Anzahl> разг. (букв. 'тысяча'), т. е. 'неопределенно большое количество': *Ich hatte* ***tausend*** *Dinge zu tun* 'У меня была тысяча дел';

4) КНМ-глагол:

kettenrauchen <sehr viel rauchen> (букв. 'курить сигареты одну за другой'), перен. 'очень много курить': *Hier wohnen viele Altachtundsechziger, sie sind pensioniert, sitzen* ***kettenrauchend*** *in den Straßencafés um den Platz und lesen Zeitung* 'Здесь живёт много пожилых шестидесятилетних людей. Они на пенсии, сидят и курят в уличных кафе, что вдоль площади, и читают газеты'.

Многословные КНМ, в свою очередь, представлены разнообразными моделями; среди них наиболее распространёнными являются следующие модели:

1) модель КНМ «Adj (прилагательное) + S (существительное)» (6 ед.):

ganzer Batzen übertr. <sehr viel> букв. 'целая куча', перен. 'очень много': *Einen* ***ganzen Batzen*** *alter Vordrucke wurde man zuletzt anlässlich der Abgeordnetenhauswahl im Herbst los…* 'Большое количество старых бланков было израсходовано в последний раз по случаю выборов в парламент осенью…';

schmaler Taler umg. <ein kleiner Geldbetrag, wenig Geld> разг. (букв. 'узкий талер'), т.е. 'небольшая сумма', 'немного денег': ***Schmaler Taler*** *für tolle TVs: Die 8 besten Deals für Fernseher bis 500 Euro!* 'Отличные телевизоры по низкой цене: 8 лучших предложений стоимостью до 500 евро!';

2) модель КНМ «Adj + S + V (глагол)» (4 ед.):

volles Haus haben <viele Gäste haben> (букв. 'иметь полный дом'), перен. 'иметь много гостей': *…weil Hotels und Clubs* ***volle Häuser haben*** '…потому что отели и клубы полны посетителей';

das große Geld machen/verdienen <sehr viel verdienen> 'зарабатывать большие деньги': *In diesem Segment* ***wird*** *in Zukunft* ***das große Geld verdient*** 'В этом сегменте в будущем будут зарабатывать большие деньги';

3) модель КНМ «Präp (предлог) + Adj + S» (3 ед.):

in hellen Scharen militär. <in großer Anzahl> букв. 'целыми отрядами', воен. 'большое количество': *Jetzt kamen die Ost-Berliner* ***in hellen Scharen*** 'Теперь восточные берлинцы приходили в больших количествах';

für den hohlen Zahn umg., salopp. <sehr wenig Essen> (букв. 'для полого зуба'), разг. вульг. 'мало' (о еде): *Die Essen-Rationen reichten nur* ***für den hohlen Zahn*** 'Порции были настолько малы, что их хватило только на один зуб';

4) модель КНМ «S + V» (3 ед.):

Geld scheffeln umg., salopp. <viel Geld einnehmen> разг., вульг. 'загребать деньги', т.е. 'зарабатывать много денег': *Wie immer gewinnt am Ende der, der das meiste* ***Geld gescheffelt hat*** ' Как всегда, в конечном итоге побеждает тот, кто накопил больше всего денег';

Babbelwasser trinken umg., salopp <viel reden> разг., вульг. (букв. 'пить болтливую воду'), т.е. 'много говорить': *Du **hast** schon in aller Früh **Babbelwasser getrunken*** 'Ты чешешь языком с самого утра'.

4. Способ образования однословных КНМ. 47% (или 47 ед.) выборки составляют однословные КНМ, из них более половины (28 ед.) являются производными дериватами. Наиболее продуктивными способами образования КНМ являются:

1) полупрефиксальный способ (9 ед.):

***Heiden**geld* umg. <sehr viel Geld> разг. 'очень много денег': *Das muss ein **Heidengeld** gekostet haben.* 'Это, должно быть, стоило целое состояние';

***Schwein**egeld* umg. salopp. <sehr viel Geld> (букв. 'свиные деньги'), разг. вульг 'очень большая сумма денег': *Im Dorf glauben sie, daß er jetzt auch noch ein **Schweinegeld** beim Fernsehen verdient* 'В деревне считают, что на телевидении он гребёт деньги лопатой'.

2) префиксальный способ (6 ед.):

***Un**summe* <sehr viel Geld> разг. 'очень много денег': *Der Sender gibt außerdem **Unsummen** Geld für unsere Sicherheit aus* 'Телекомпания также тратит огромные суммы денег на нашу безопасность';

***Un**zahl* <sehr große Anzahl> 'огромное количество', 'бесчисленное множество': *Berlin bietet ja eine **Unzahl** von kulturellen Möglichkeiten* 'Берлин действительно предлагает огромное количество культурных возможностей'.

Продуктивность остальных КНМ не превышает 5 ед. Отметим, что среди них выделяются заимствованные КНМ (5 ед.), например:

Majorität (lat.) <größerer, überwiegender Teil einer Gesamtheit> лат. 'бóльшая, преобладающая часть совокупности': *Die **Majorität** der Berliner Gesellschaft ist aus meiner Sicht nicht antisemitisch* 'На мой взгляд, большинство берлинского общества не настроено антисемитски';

Myriade (griech.) übertr., geh. <sehr große Anzahl> букв. 'мириады', перен. высок.'бесчисленное множество': *... **eine Myriade** von einander durchflechtenden und übersteigenden Bögen* '… мириады переплетающихся и пересекающихся арок'.

5. Выводы

5.1. В немецком языке отмечены однословные (47 ед.) и многословные (53 ед.) КНМ. Наиболее многочисленными являются многословные КНМ, среди которых преобладают двух- и четырёхсловные квантификаторы.

5.2. Среди однословных КНМ доминируют субстантивные квантификаторы (28 ед.), а среди многословных — КНМ модели «Adj + S» (6 ед.).

5.3. Наиболее продуктивным способом образования КНМ является полупрефиксальный способ (9 ед.).

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Акуленко В.В. Категория количества в современных европейских языках / В.В. Акуленко. — Киев: Наук. думка, 1990. — 284 с.

2. Бордюгова К. А. Выражение значения неопределённого множества посредством метафоризации предметных имён (на материале английского, французского и русского языков) автореферат дис. … канд. филол. наук: 10.02.20. — М, 2018. — 160 с.

3. Вахрушева М. И. Морфотемный анализ собирательных существительных: на материале немецкого и русского языков автореферат дис. … канд. филол. наук: 10.02.19. — Ульяновск, 1999. — 121 с.

4. Ивлева М. А., Федяева Е. В. Определённое множество vs неопределённое множество: о некоторых аспектах взаимодействия // Критика и семиотика, 2015. — №2. — С. 99-110.

5. Крылов С. А. Количество как понятийная категория // Логический анализ языка. Квантификативный аспект языка / Под ред. Н. Д. Арутюновой — М.: Индрик, 2005. — С. 44-65.

6. Тошович Б. Квантитативная категоризация и категориальная квантификация // Логический анализ языка. Квантификативный аспект языка / Под ред. Н. Д. Арутюновой — М.: Индрик, 2005. — С. 104-126.

METHODS OF FORMING QUANTIFIERS OF INDEFINITE QUANTITY IN THE GERMAN LANGUAGE

Annotation. The article explores the methods of forming quantifiers of indefinite quantity in the German language, determining their productivity, categorical affiliation, and examining the ways of producing single-word and multi-word quantifiers.
Keywords: quantifier of indefinite quantity, method of formation, productivity, categorical affiliation, single-word quantifier, multi-word quantifier.

Lysenko P. A.
Scientific adviser: Basyrov Sh. R., Ph. D., professor Donetsk State University
E-mail: Polina.Lysenko19@gmail.com

УДК 81'371:811.111+811.112.2+811.161.1

ГЛАГОЛЫ, ВЫРАЖАЮЩИЕ ПОЛОЖИТЕЛЬНОЕ ОТНОШЕНИЕ В НЕМЕЦКОМ, АНГЛИЙСКОМ И РУССКОМ ЯЗЫКАХ

Милохин Е.И.
Научный руководитель: Калиущенко В. Д., д-р филол. наук, профессор
ФГБОУ ВО «ДонГУ»

Аннотация. В данной статье рассматриваются глаголы положительного отношения в немецком, английском и русском языках. Проведён сопоставительный семантический анализ исследуемых лексических единиц; произведена их классификация по семантическому признаку в тематические группы с последующим выделением их особенностей.
Ключевые слова: глагол положительного отношения, инхоативный глагол, каузативный глагол, семантический анализ, формула толкования.

1. Вступление. В данной работе исследуется семантика глаголов, выражающих положительное отношение (далее ГПО) в немецком, английском и русском языках, таких как *lieben* ‘любить’ в немецком языке, *to respect* ‘уважать’ в английском языке и *радовать* в русском языке. Л.Г. Бабенко, Р.М. Гайсина и Э.В. Кузнецова называют глаголами отношения такое лексико-семантическое поле, в пределах которого различаются подполя и лексико-семантические группы глаголов взаимоотношения, межличностных, социальных отношений и другие [1, с. 3].

Актуальность данной работы обусловлена интересом лингвистики к лексике эмоций [2; 3], недостаточным уровнем изученности ГПО в немецком, английском и русском языках как отдельно, так и в сопоставительном аспекте, вопреки довольно длительному периоду их изучения, а также отсутствием полного отображения всех особенностей и аспектов функционирования исследуемых единиц, вследствие чего они недостаточно представлены в справочной и учебной литературе.

Цель работы состоит в анализе и классификации ГПО в немецком, английском и русском языках по семантическому признаку.

Объектом исследования являются ГПО в немецком, английском и русском языках. Предмет исследования – семантические и синтаксические особенности ГПО.

Для решения поставленных в работе задач используются следующие **методы** лингвистического анализа: сопоставительный метод, описательный метод, метод компонентного анализа и количественный анализ полученных данных.

Материалом работы служат 26 ГПО на немецком языке, 15 ГПО на английском языке, и 26 ГПО на русском языке, полученные методом сплошной выборки из толковых словарей и рассмотренные на примерах из Deutsches Referenzkorpus [4] (215 предложений), iWeb: The Intelligent Web-based Corpus [5] (128 предложений) и Национального корпуса русского языка [6] (207 предложений).

2. Семантическая классификация немецких, английских и русских ГПО. Вслед за В. Д. Калиущенко [7, с. 58], в данном исследовании, рассматриваются глаголы исходного состояния, инхоативные и каузативные глаголы. В основе данного исследования лежит семантический анализ ГПО, дающий возможность выделить основные и дополнительные семы в значении рассматриваемых лексических единиц. В результате исследования, проведенного на материале немецкого (26 глаголов), английского (15 глаголов) и русского (26 глаголов) языков, выделены следующие семантические группы выражения положительного отношения: глаголы эмоционального состояния «Любовь», «Уважение» и «Радость», представленные в табл. 1.

Таблица 1. Семантические группы ГПО в немецком английском и русском языках

	Немецкий язык		**Английский язык**		**Русский язык**	
Эмоциональное состояние	Кол-во ГПО	Кол-во предл. с ГПО	Кол-во ГПО	Кол-во предл. с ГПО	Кол-во ГПО	Кол-во предл. с ГПО
1. «Любовь»	13 (50 %)	102 (47,4%)	5 (33,3 %)	43 (33,6%)	14 (53,8 %)	107 (51,7%)
2. «Уважение»	8 (30,8 %)	71 (33,1%)	8 (53,3 %)	69 (53,9%)	6 (23,1%)	52 (25,1%)
3. «Радость»	5 (19,2 %)	42 (19,5%)	2 (13,4 %)	16 (12,5%)	6 (23,1 %)	48 (23,2%)
Всего:	26 (100 %)	215 (100%)	15 (100%)	128 (100%)	26 (100%)	207 (100%)

Исследование проводилось с использованием формул толкования, представляющих собой перифразы значений глаголов с сохранением основных семантических актантов предиката [5, с. 28]. Общие формулы толкования для всех семантических групп в немецком, английском и русском языках в зависимости от типа глагола имеют следующий вид: для глаголов исходного состояния – «X испытывает (по отношению к Y) эмоциональное состояние Z» и для инхоативных глаголов – «X начинает испытывать эмоциональное состояние Z (по отношению к Y)», где X – Экспериенцер, Y – Стимул, а Z – значение эмоционального состояния (например, любовь), для каузативных глаголов – «X каузирует Y испытывать эмоциональное состояние Z», где X – Каузатор, Y – Экспериенцер, а Z – значение эмоционального состояния (например, радость).

2.1 Семантическая группа глаголов любви

В данной семантической группе, осуществляется разделение лексических единиц на подгруппы по степени интенсивности испытываемого чувства: глаголы симпатии (более низкая), глаголы любви (нейтральная) и глаголы обожания (более высокая).

К глаголам более низкой степени интенсивности испытываемого чувства любви относятся глаголы симпатии, так как известно, что любовь начинается с симпатии. К ним относятся следующие глаголы исходного состояния: *gefallen* ‘нравиться’ в немецком, *to like* ‘нравиться’ в английском и *нравиться* в русском языках со значением *испытывать чувство симпатии к кому-, чему-л.*, содержащее глагольную сему *испытывать* и эмотивную сему *чувство симпатии*. Например:

(1) нем. *Das Kleid gefällt mir schon ganz gut* ‘Мне уже очень нравится это платье’ [4].

(2) англ. *…he has a really kind heart and when he likes you and respects you he'll do anything for you* ‘…у него действительно доброе сердце, и когда ты ему нравишься и он уважает тебя, он сделает для тебя все, что угодно’ [5].

(3) русс. *Мне тоже книга нравится, когда читала некоторые моменты смеялась до слез — цепляет...* [6].

В примере (1) Стимул *das Kleid* служит причиной, по которой Экспериенцер *mir* начинает испытывать симпатию. В примере (2) объект, выраженный Стимулом *you,* является источником информации, вызывающей возникновение «связи», т. е. симпатии, между ним и субъектом, выраженным Экспериенцером *he*. В примере (3) Стимул *книга* является причиной смены эмоционального состояния у Экспериенцера *мне*, потому что книга вызвала у него интерес и произвела на него хорошее впечатление, вызвав смех до слёз. Таким образом, общая формула толкования данных исходных глаголов: «X испытывает по отношению к Y эмоциональное состояние любви Z более низкой степени».

А. А. Зализняк и А. Д. Шмелёв отмечают, что ингрессивный глагол *понравиться* выражает как начало эмоционального состояния, так и сам факт его наличия, по сравнению с глаголом *полюбить*, который описывает только начало эмоционального состояния [8, с. 110]. Можно также предположить, что глагол *понравиться* является также каузативным, так

как он имеет значение *вызвать чувство симпатии, расположить к себе*, содержащее основную каузативную сему *вызывать* и эмотивную сему *чувство симпатии*, например:

(4) русс. *Сайт магазина должен продавать товар, внешний вид одежды должен понравиться определенной аудитории* <…> [6].

В примере (4) Каузатором смены эмоционального состояния у Экспериенцера *определенной аудитории*, выступает Стимул *внешний вид одежды*, который воздействует на Экспериенцера, чтобы вызвать у него симпатию. В этом же примере глагол *понравиться* выражает начинательный способ действия, подразумевая, что *внешний вид одежды* должен быть хорошим, чтобы начать нравиться *определенной аудитории*, которая в таком случае покупала бы больше и увеличивала бы количество продаж магазина. Таким образом, учитывая то, что чувство симпатии намного слабее чувства любви, русский глагол *понравиться* имеет две формулы толкования: «X начинает испытывать по отношению к Y эмоциональное состояние любви Z более низкой степени» и «X каузирует Y испытывать эмоциональное состояние любви Z более низкой степени».

К исходным глаголам нейтральной степени интенсивности испытываемого чувства относятся: *lieben* ‘любить’ в немецком, *to love* ‘любить’ в английском и *любить* в русском языках, значение которых содержит глагольную сему *испытывать* и эмотивную сему *любовь*. Таким образом, общая формула толкования данных исходных глаголов: «X испытывает по отношению к Y эмоциональное состояние любви Z нейтральной степени».

Инхоативными глаголами нейтральной степени интенсивности испытываемого чувства любви являются *sich verlieben* ‘влюбиться’в немецком и *влюбиться* в русском языках. В ходе сплошной выборки не были обнаружены английские инхоативные глаголы на подобии русского *влюбиться* или немецкого *sich verlieben*. Инхоативные глаголы выражения симпатии в немецком и русском имеют значение *проникнуться сильным чувственным влечением, любовью к кому-л. (чувство любви захватывает всего человека, но при этом может быть непрочным)*, содержащие сему начинательности *проникнуться*, т.е. *начать глубоко, напряженно переживать что-либо*, и эмотивные семы *чувственным влечением* и *любовью*. Таким образом, общая формула толкования данных инхоативных глаголов: «X начинает испытывать по отношению к Y эмоциональное состояние любви Z нейтральной степени».

Единственными каузативными глаголами, выражающими нейтральную степень интенсивности испытываемого чувства любви, являются русские глаголы *влюблять* и *влюбить* со значением *внушить кому-н. чувство любви к кому-чему-н*. В значении данных лексических единиц на русском языке присутствуют каузативная сема *внушить* и эмотивная сема *чувство любви*. Таким образом, общая формула толкования данных каузтивных глаголов: «X испытывает по отношению к Y эмоциональное состояние любви Z более низкой степени».

К исходным глаголам, выражающие более высокую степень интенсивности испытываемого чувства любви, относятся *vergöttern* ‘боготворить’, *(umgs.) anhimmeln* ‘(разг.) обожать’, *anbeten* ‘боготворить’ в немецком, *to adore* ‘обожать’, *to worship* ‘боготворить’ в английском, *обожать, боготворить* в русском языках со значением *питать к кому-, чему-л. чувство сильной, доходящей до преклонения любви*, которое содержит глагольную сему *питать*, эмотивную сему *чувство любви* и дополнительную сему *сильной, доходящей до преклонения*. Таким образом, общая формула толкования данных исходных глаголов: «X испытывает по отношению к Y эмоциональное состояние любви Z более высокой степени».

Единственным инхоативным глаголом, выражающим более высокую степень интенсивности испытываемого чувства любви, является русский глагол *заобожать* со значением *начать восторженно и очень сильно любить кого-либо или что-либо; начать преклоняться перед кем-либо или чем-либо*, которое содержит сему начинательности *начать* и исходный глагол *любить*, в значении которого обнаруживается эмотивная сема

любовь, а также дополнительную сему *очень сильно*, указывающая на интенсификацию испытываемого чувства. Таким образом, общая формула толкования инхоативного глагола *заобожать*: «X начинает испытывать по отношению к Y эмоциональное состояние любви Z более высокой степени».

2.2 Семантическая группа глаголов уважения

По сравнению с глаголами любви, которые не требуют оснований для выражения положительного отношения (с этим связано понятие «безусловной любви», которую обычно испытывают матери к своим детям), глаголы уважения предполагают, что возникновение у субъекта положительного отношения к объекту основывается на признании заслуг, качеств, достоинств, поступков последнего, т. е. можно говорить о наличии пресуппозици в значении этих лексических единиц. Глаголы данной семантической группы будут также разделены на подгруппы по степени интенсивности испытываемого чувства: глаголы оценки (более низкая), глаголы уважения (нейтральная) и глаголы почитания (более высокая).

Более низкую степень интенсивности испытываемого чувства уважения выражают следующие исходные глаголы: *schätzen* ‘ценить’ в немецком, *to value* ‘ценить в английском, *ценить* в русском языках, имеющие значение *признавать значение, достоинства, ценность кого-чего-л., высокое качество чего-л.*. Оно содержит глагольную сему *признавать* и семы выражения категорий, являющихся причиной наступления эмоционального состояния уважения у субъекта, *значение*, *достоинства*, *ценность*, *высокое качество*. Таким образом, общая формула толкования данных исходных глаголов: «X испытывает по отношению к Y эмоциональное состояние уважения Z более низкой степени».

К исходным глаголам, выражающие нейтральную степень интенсивности испытываемого чувства уважения, относятся *achten* ‘уважать’ в немецком, *to respect* ‘уважать’ в английском, *уважать* в русском языках, имеющие значение: *питать уважение к кому-либо или к чему-либо, высоко ценить кого-либо или что-либо*, содержащее глагольную сему *питать* и эмотивную сему *уважение*. Таким образом, общая формула толкования данных исходных глаголов: «X испытывает по отношению к Y эмоциональное состояние уважения Z нейтральной степени».

Русский глагол *зауважать* является единственной лексической единицей выражения инхоативного способа действия в данной семантической группе со значением *начать уважать*, которое содержит сему начинательности *начать* и исходный глагол *уважать*, в значении которого содержится эмотивная сема *уважение*. Таким образом, общая формула толкования инхоативного глагола *зауважать*: «X начинает испытывать по отношению к Y эмоциональное состояние уважения Z нейтральной степени».

Каузативным глаголом является русский глагол *уважить* со значением *оказать кому-н. уважение чем-н., доставить кому-н. удовольствие, выполнив желания*, который содержит основную каузативную сему *оказать* и эмотивную сему *уважение*. Таким образом, общая формула толкования русского каузтивного глагола *уважить*: «X каузирует Y испытывать эмоциональное состояние уважения Z нейтральной степени».

Более высокая степень интенсивности испытываемого чувства уважения выражается глаголами почтения, так как почтение имеет значение *(книжн.). глубокое уважение, испытываемое или проявляемое по отношению к кому-чем-н.* К ним относятся следующие лексические единицы: *hochachten* ‘глубоко уважать’ в немецком, *to honour* ‘почитать’ в английском, *чтить* в русском языках со значением *относиться к кому-л. с глубоким уважением, любовью, выказывая уважение кому-л.*, которое содержит глагольную сему *относиться* и эмотивную сему *уважением* и дополнительную сему *глубоким*, указывающая на интенсификацию испытываемого эмоционального состояния. Таким образом, общая формула толкования данных исходных глаголов: «X испытывает по отношению к Y эмоциональное состояние уважения Z более высокой степени».

2.3 Семантическая группа глаголов радости

К исходным глаголам данной семантической группы относятся немецкий глагол *sich freuen* ‘радоваться’ и русские глаголы *радоваться, порадоваться*, значение которых *sich froh fühlen, Freude empfinden* ‘чувствовать себя радостным, испытывать радость’, содержащее основную глагольную сему *empfinden* и эмотивную сему *Freude*. Таким образом, общая формула толкования данных исходных глаголов: «X испытывает эмоциональное состояние радости Z». В английском языке употребляется глагол *to rejoice* ‘радоваться’, но со значением *to feel or show great happiness about something* ‘чувствовать или демонстрировать большое счастье по поводу чего-либо’, содержащее эмотивную сему *great happiness*, которая подчеркивает глубину испытываемого эмоционального состояния радости, а дополнительная сема *great* указывает на интенсификацию чувства. Таким образом, общая формула толкования данных каузтивных глаголов: «X испытывает по отношению к Y эмоциональное состояние любви Z более высокой степени».

К инхоативным глаголам данной семантической группы относятся *sich erfreuen* ‘обрадоваться’ в немецком и *обрадоваться* в русском языках, имеющие значение *испытать, почувствовать радость*, которое содержит сему начинательности *почувствовать* (т. е. *начать ощущать что-либо*) и эмотивную сему *радость*. Таким образом, общая формула толкования данных инхоативных глаголов: «X начинает испытывать эмоциональное состояние радости Z».

К каузативным глаголам данной группы относятся *freuen* ‘радовать’ в немецком, глагол *to gladden* ‘радовать’ в английском и *радовать* в русском языках со значением *jemandem Freude bereiten* ‘доставить кому-либо радость’ [Duden], которое содержат основную каузативную сему *bereiten*, а также эмотивную сему *Freude* например:

(5) нем. *Lebendige, fröhliche oder gebrochene Farbigkeit <u>erfreut</u> das Auge…* ‘Яркая, веселая или смешанная цветовая гамма <u>радует</u> глаз… [4].

(6) англ. *But to seaward, open water-leads <u>gladden</u> us in every direction* ‘Но проходы с открытой водой между льдами <u>радуют</u> нас по пути к морю в каждом направлении’ [5].

В пример (5) Каузатором приведения в состояние радости Экспериенцера *das Auge* является Причина *Farbigkeit*. В примере (6) Каузатором смены эмоционального состояния Экспериенцера *us* выступает Причина *open water-leads*. Рассмотренные значения и примеры свидетельствуют о том, что у глаголов *freuen, to gladden, радовать* отсутствуют дополнительные семы. Таким образом, их общая формула толкования: «X каузирует Y испытывать эмоциональное состоянии радости Z».

В немецком языке *überraschen* имеет семантику: *jmdm. mit etw. eine unerwartete Freude bereiten* ‘доставить кому-либо чем-либо неожиданную радость’, где каузативная сема – *bereiten*, эмотивная сема – *Freude*. Дополнительная сема *unerwartete* указывает на интенсификацию эмоционального состояния радости у Экспериенцера, например:

(7) нем. *… gesellte sich der Nikolaus in Person von Fred Hahn auf den Weihnachtsmarkt und <u>überraschte</u> die kleinen Besucher* ‘… Николай в лице Фреда Хана присоединился к рождественской ярмарке и <u>удивил</u> маленьких посетителей’ [4].

В примере (33) Каузатором смены эмоционального состояния выступает Агенс *der Nikolaus in Person von Fred Hahn*. Внезапное (исходя из значения глагола *überraschen*) появление Фреда Хана в образе святого Николая на рождественской ярмарке каузировало у Экспериенцера *die kleinen Besucher*, под которым понимаются маленькие дети, эмоциональное состояние радости высокой степени. По степени интенсивности каузируемого чувства глагол *überraschen* находится на уровень выше глаголов *erfreuen* и *freuen*, поэтому его формула толкования: «X каузирует Y испытывать эмоциональное состояние радости Z более высокой степени».

3. Подводя итог, можно сделать следующие **выводы**:

3.1 Семантическая классификация ГПО в немецком, английском и русском языках включает 3 семантические группы: глаголы эмоционального состояния «Любовь»,

«Уважение» и «Радость» с разделением первых двух групп на подгруппы по степени интенсивности испытываемого чувства: более низкая, нейтральная, более высокая.

3.2 Данные табл. 1. (см. выше) показывают, что как в немецком, так и в русском языках группа глаголов выражения эмоционального состояния «любовь» является самой продуктивной (14 единиц на русском и 7 единиц на немецком языке). Наименее продуктивной оказалась семантическая группа глаголов эмоционального состояния «Радость» в английском языке (2 единицы). В целом можно утверждать, что высокая продуктивность именно семантической группы глаголов эмоционального состояния «Любовь», объясняется наличием широкого синонимического ряда как в немецком, так и в русском языке, так как помимо стилистически нейтральных единиц, в выборку включены единицы со стилистическими пометами (ср. нем *sich verknallen* ‘сильно влюбиться’ и аналогично русс. *втрескаться*), а также активно используются словообразовательные средства (в особенности приставки). В русском языке это также объясняется наличием широкого синонимического ряда, связанным с выделением у глагола категория вида: совершенный и несовершенный.

3.3. В каждой семантической группе и подгруппе встречаются глаголы с исходным значением. Различия проявляются в наличии инхоативных и каузативных глаголов в той или иной группе и подгруппе. Например, в ходе выборки ни в одном из исследуемых языков не были обнаружены каузативные глаголы, которые выражали бы более высокую степень интенсивности испытываемого чувства любви, имея в своих значениях эмотивную сему *любовь* или *влечение*. Исходные глаголы *sich freuen, радоваться, порадоваться* и инхоативные глаголы *sich erfreuen, обрадоваться* являются единственными лексическими единицами, в значении которых не выделяется объект, по отношению к которому субъект испытывал бы чувства, потому как он сам является Экспериенцером.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Фахарова, Г. Р. Особенности функционирования глагольных форм в языке произведений И.А. Бунина [Текст] : автореф. дис. … канд. филол. наук. : 10.02.01 / Г. Р. Фахарова. – Казань : Казан. (Приволж.) федер. ун-т, 2013. – 23 с.
2. Wierzbicka, A. Emotions across Languages and Cultures: Diversity and Universals [Text] / A. Wierzbicka. – Cambridge: Cambridge University Press, 1999. – 349 p.
3. Харитончик, З. А. В поисках сущности имен. Избранное: сб. науч. ст. [Текст] / З. А. Харитончик ; Минский гос. лингвист. ун-т. - Минск : МГЛУ, 2015. – 252 с.
4. Deutsches Referenzkorpus [Electronic resource]. – URL.: https://www.owid.de (дата обращения: 05.02.2024).
5. iWeb: The Intelligent Web-based Corpus [Electronic resource]. – URL.: https://www.english-corpora.org/iweb/ (дата обращения: 05.02.2024).
6. Национальный корпус русского языка [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://ruscorpora.ru/new/ (дата обращения: 05.02.2024).
7. Калиущенко В. Д. От лингвистической типологии к исторической лингвистике [Текст] / В. Д. Калиущенко // Типологические, сопоставительные, диахронические исследования; Т. 12 / под ред. Л. Н. Ягуповой. – Донецк: ДонНУ. – 2016. – 281 с.
8. Зализняк, А.А. Введение в русскую аспектологию [Текст] / А. А. Зализняк, А. Д. Шмелев. – М., 2000. – 226 с. – (Studia Philologica).

VERBS EXPRESSING A POSITIVE ATTITUDE IN GERMAN, ENGLISH AND RUSSIAN

Annotation. Annotation. This article discusses the verbs of positive attitude in German, English and Russian. A comparative semantic analysis of the studied lexical units was carried out; their classification by semantic feature into thematic groups was carried out, followed by the allocation of their features.
Keywords: positive attitude verb, inhoative verb, causative verb, semantic analysis, interpretation formula.

Milokhin Y. I.
Scientific adviser: Kaliushchenko V. D., Ph. D., professor
Donetsk State University
E-mail: yevgeniy.milokhin@mail.ru

УДК 821.111

ОСОБЕННОСТИ ЖИВОПИСНОСТИ РОМАНА В. СКОТТА «ЛАММЕРМУРСКАЯ НЕВЕСТА»

Оленина Е.А.
Научный руководитель: Теличко Т.Г. канд.филол.наук, доцент
ФГБОУ ВО «ДонГУ»

Аннотация: В статье исследуется природа живописности романтического исторического романа В. Скотта «Ламмермурская невеста». Анализ предпринят с учетом важности идеи синтеза искусств для романтической эстетики, одной из фундаментальных основ которой считается концепция универсализма. Основания для выбранного подхода к анализу поэтики романа обеспечены самим автором, который начинает произведение с диалога художника и писателя. Кроме того, предложенный способ прочтения романтического текста кажется актуальным, поскольку демонстрирует связь предпринятого исследования с проблемой интермедиальности в современной литературе. Анализ выбранных сцен, созданных с учетом живописности и связанных с центральным героем (описание внешности, поместья, природы), выявляет особенности функционирования живописных аллюзий в поэтике исторического романа В. Скотта.
Ключевые слова: исторический роман, Вальтер Скотт, романтизм, универсализм, синтез искусств, живописность, аллюзия.

Романтизм, сформировавшийся на рубеже XVIII-XIX вв., представляет собой не только главное литературное направление начала XIX в., но воплощает новое чувство мира и не сводится только к искусству. А.В. Михайлов отмечает: «Романтизм не был только литературным, поэтическим движением. Романтизм претендовал на универсальность взгляда на мир, на всеобъемлющий охват и обобщение всего человеческого знания, и он в известной мере действительно был универсальным мировоззрением» [3, с.403].

Стремление романтиков «постичь мир как живое подвижное и изменчивое единство» [4, с.72], приблизиться к его полноте и целостности нуждается в особом языке. Поскольку искусство, творческое воображение наделяются полномочиями проникновения в тайну бытия, то язык романтический, по словам А.В. Михайлова, «в первую очередь язык художественный» [3, с.407], созданный по принципам искусства.

Среди особенностей, характеризующих художественный романтический язык, остановимся на синтезе искусств – принципе, соответствующим романтическим притязаниям на универсальность, на преодоление границ, в том числе, и между различными языками искусств. Подобный подход к прочтению романтических текстов кажется весьма актуальным и перспективным, если учесть востребованность в современном литературоведении проблемы интермедиальности.

В английской литературной традиции идея синтеза искусств особенно отчетливо реализуется в «диалоге» литературы с живописью. В этом можно уловить и национальные корни. В. Шестаков писал: «Живописное», тесно связанное с пейзажем, представляет «типично английский способ видения и общения с природой» (цит. по: [6, с.103]) и является важной категорией английской эстетики.

Особенно отчетливо эта связь английской эстетики с живописью будет в дальнейшем сформулирована в работах английского эстетизма. Для Дж. Рескина, О. Уайльда живописность интерпретировалась как нечто свободное, естественное, возвышенное, романтическое, богатое разными неожиданными эффектами. Живописность подразумевает «взаимодействие форм, объёмов, цвета, линий, света и тени» [6, с.103]. Это взаимодействие создает ощущение полноты и многообразия мира в литературе. Э.В. Седых в своей работе «К проблеме интермедиальности: живописное в поэтическом», сравнивая живопись и литературу, отмечает «преобладание цвета и светотени над чёткой линией, перетекание, динамику объёмов в пространстве»,

характерные для живописи, и говорит о «красочности, яркой образности, свободной живой выразительности» в литературе [6, с.103]. Исследователь подводит к мысли, что живопись и литература используют разные средства выражения, но обе формы искусства стараются изобразить яркие образы. А взаимодействие между этими видами искусства способствует новому пониманию интермедиальности.

Рассмотрим живописность в поэтике романтического исторического романа В. Скотта «Ламмермурская невеста» (1819). Аллюзии, связанные с живописной техникой, как нам кажется, играют важную роль не только в создании атмосферы, эмоционального фона произведения, но и для реализации романтической концепции героя. Используя описания окружающей среды, Скотт раскрывает внутренний мир своих персонажей. Пейзажи, описания замков становятся не просто фоном для событий, но полноправными участниками повествования, отражая чувства и душевные состояния героев. Живописность помогает автору воссоздавать местный колорит – непременный атрибут романтического исторического романа, обнажать связь исторического места с судьбой персонажей. Живописность становится визуальным элементом, помогающим понять внутренний мир героев и их путь.

Вектор живописности задан самим автором, который вводит в самом начале диалог между рассказчиком Питером Петтисоном и его другом, художником, Диком Тинто. Дик Тинто дарит ему сюжет «Ламмермурской невесты», запечатленный им в эскизе, и дает совет избегать многочисленных диалогов и учиться у живописи выразительности создаваемых сцен: «Для сочинителя романов <…> описание – все равно, что рисунок и колорит для живописца. Слова – те же краски, и если писатель употребляет их со знанием дела, то нет такой сцены, которой он не мог бы вызвать перед мысленным взором читателя с той же яркостью, с какой живописец представляет ее глазам зрителя на гравировальной доске или холсте. И тут и там одни и те же законы» [7, с.22].

При этом автор сразу обозначает разницу, существующую между двумя видами искусства: живопись, как «безмолвное искусство», «обращается к зрению» и использует визуальные элементы для передачи эмоций; кисть художника создает мир, в котором цвет, свет и форма становятся основными средствами выражения. Поэзия, в свою очередь, «взывает к слуху» и использует звуковые и ритмические элементы для создания образов и передачи эмоций. Используя перо, писатель создает образы, наполненные эмоциями и чувствами. Перо и кисть становятся инструментами, с помощью которых выражаются человеческие эмоции и чувства. Но вместе они могут создать художественный мир, в котором зрительные и слуховые аспекты, дополняя друг друга, передадут богатую палитру человеческих чувств и переживаний в искомой романтиками полноте и целостности.

Итогом их спора было обещание, данное Питером Петтисоном, написать историю с наименьшим использованием диалогов, используя больше описаний, созданных по законам живописи. Набросок картины, на основе которой была рассказана история, послужила для Питера Петтисона источником вдохновения для дальнейшей литературной работы.

Рассказчик сдерживает обещание, данное художнику. Автор наделяет его способностью передать сцены с учетом принципов живописности, используя яркие и детализированные описания. В настоящей статье рассмотрим лишь некоторые из сцен, созданные в романе «Ламмермурская невеста» по законам живописности.

Главным героем романа является Эдгар Рэвенсвуд, наследник древнего шотландского рода, в описываемой автором исторической ситуации потерявшего свое прошлое величие. Действие происходит в живописных лесах Шотландии, где Эдгар впервые встречает Люси Эштон, дочь своего врага. Встреча состоялась после данной Эдгаром клятвы восстановить попранную честь семьи и отомстить Эштону за зло, которое тот причинил роду Рэвенсвудов. Душевная разладица, внутренний конфликт

главного героя, неразрешимость трагической ситуации в которую он попадает, передается автором уже в описании его внешности. Перед читателем возникает детальный портрет молодого Рэвенсвуда: «Охотничья куртка темного цвета, наполовину скрытая широким коричневым плащом, говорила о том, что юноша – знатного происхождения. Мягкая шляпа с черным пером, надвинутая на лоб почти по самые брови, скрывала его лицо – смуглое, с правильными чертами; оно отличалось гордым, хотя и несколько угрюмым выражением. Тайная печаль или беспокойный дух какой-то темной страсти, должно быть, уничтожили в юноше естественную живость, столь свойственную его летам, так что нельзя было смотреть на него без сострадания или уважения» [7, с.80]. В. Скотт прибегает к детальному изображению портрета молодого человека, подчеркивая его знатное происхождение и внутренние переживания. Важным для романтического описания героя становится компонент тайны, вызывающей любопытство [7, с.80], введенный автором с помощью таких деталей, как широкий, скрывающий героя плащ, надвинутая на лицо шляпа. Уже в детальном описании наряда героя, его внешности, переданной экспрессивными чертами, доминировании темных тонов, используемых как в описании одежды («темная куртка», «коричневый плащ», «шляпа с черным пером»), внешности («смуглое лицо»), так и внутреннего состояния («темная страсть»), декларируется предчувствие беды. При этом «мягкая шляпа» содержит намек на чувствительность его натуры. Отметим, что стремление к изучению внутреннего мира героя является характерным для романтизма. В образе Эдгара В. Скотт передает внутренние конфликты и переживания героя через акцент на его внешних чертах.

Подстать герою и окружающее его пространство, описание которого также создано в романе с учетом живописности.

«Уединенная башня», в которую перебрались после падения наследники древнего рода Рэвенсвудов, находилась «на пустынном берегу бурного Северного моря» [7, с.29]. Эпитет «пустынный» подчеркивает одиночество последнего из рода. Но введение эпитета «бурный» подводит к мысли о мятежном и несломленном духе Рэвенсвудов.

Автор вводит описание «Волчьей скалы»: «Бледная луна, долго состязавшаяся с легкими облачками, теперь выглянула из-за них и осветила башню, одиноко возвышавшуюся на крутой скале, нависшей над Северным морем. С трех сторон скала была почти отвесная, четвертую, обращенную к материку, некогда защищал искусственный ров <…>; с противоположной стороны высилась сама башня – высокая и узкая, с серыми каменными стенами, она при тусклом лунном свете казалась призраком в прозрачном одеянии» [7, с.116]. Прибегая к живописной технике, к игре света и тени, автор создает романтический ландшафт: «трудно было представить себе жилище печальнее и уединённее» [7, с.116]. Строгость построения башни («высокая и узкая») вносит готический колорит, чрезвычайно важный для романтической эстетики. Прибегая к естественному/природному освещению – лунный свет – автор добивается преобладания холодных тонов, что усиливает нотку печали. В то же время, бледный и одинокий свет луны словно подчеркивает призрачность надежды на изменения в судьбе и на счастливое разрешение конфликта. Описание места, где находится башня, словно несет на себе печать трагедии рода. Серые каменные стены башни, освещенные тусклым лунным светом, создают ощущение призрачности. Башня, предстающая как призрак, подчеркивает безвозвратно утерянное величие рода: «Вся открывавшаяся взору картина, казался символом неизбывной тоски и ужаса» [7, с.116]. При этом подобное описание башни помогает автору ввести важнейший для поэтики романа мотив мести и создать образ «непреступной крепости, как будто нарочно созданной для осуществления планов насилия и мести» [7, с.248]. Темный цвет в описании башни и ландшафта помогает автору передать душевное состояние героя, стремящегося одновременно и к мести, и к любви. Таким образом, башня Рэвенсудов становится воплощением не только

физической, но и эмоциональной «остраненности» Эдгара Рэвенсуда. Высокая и узкая, в прозрачном одеянии, башня создает ощущение призрачности и непреодолимости внутреннего конфликта, который усиливается контрастом башни и скалы. Скала создает ощущение мощи и энергии природы, в то время как башня, возвышающаяся на ней, выглядит уязвимо и одиноко.

Сопоставление героя с окружающим его ландшафтом для более отчетливого изображения его душевных переживаний соответствует принципам романтической эстетики. Использование живописной техники помогает автору передать эмоциональное состояние героев с наибольшей полнотой.

Важно отметить и название поместья – «Волчья скала», – если учесть многозначность лексемы «волк» (доблесть и, одновременно, зло, коварство). Но здесь, как нам кажется, важным будет лейтмотив одиночества, сопровождающий любую ипостась волка, что работает на передачу одиночества и отрешенности главного героя от мира. А противоречивые чувства, которые он испытывает – жажда мести и стремление к любви – к гармонии его не приближают. Важным кажется и образ скалы, который подчеркивает твердость молодого Рэвенсвуда и его стремление быть верным данному слову. Любовь же, становясь роковым чувством, подрывает эту монолитность и приводит его к трагедии.

Атмосферу романтического одиночества и мировой скорби подчеркивает описание природы в целом. Окружающие пейзажи пустынного берега, бурное море, создают ощущение непокоренной природы, которая отражает внутреннее состояние главного героя. Отвесная скала над морем усиливает чувство одиночества и печали, при этом подчеркивает противопоставление человека природе.

Вальтер Скотт изображает природу и как отражение внутреннего мира героя, и как мощную стихию: «Утро, рассеивая ночные тени, располагает к спокойным размышлениям, и под его воздействием бурные страсти, волновавшие Рэвенсвуда накануне, несколько поулеглись и утихли <…> В это светлое, тихое утро даже пустынная, поросшая вереском равнина, которая открывалась взору со стороны материка, казалась привлекательной; с другой стороны, необозримый океан, грозный и вместе с тем благодушный в своем величии, катил подернутые серебристой зыбью волны» [6, с.130].

Кроме того, природа наделяется полномочиями рока, если вспомнить сцену гибели последнего из рода Рэвенсвудов в зыбучих песках, которые словно поглощают его, как и было предсказано в страшном пророчестве.

Таким образом, живописность становится важнейшей художественной особенностью романтического исторического романа В. Скотта «Ламмермурская невеста». Основания для выбранного подхода к исследованию поэтики романа обеспечены самим автором, который начинает произведение с диалога художника и писателя и сопоставляет возможности живописи и художественного слова. Анализ выбранных эпизодов, созданных, с нашей точки зрения, с учетом живописной техники (игра света и тени, колорит, композиция), способствует более глубокому пониманию особенностей поэтики исторического романа В. Скотта, обусловленной, в том числе, и стремлением писателя-романтика к синтезу искусств, как одному из важнейших принципов романтической эстетики и главному свойству романтического художественного языка.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Аникин Г.В. Эстетика Джона Рёскина и английская литература XIX века / Г.В. Аникин. – Москва: Наука, 1986. – 208 с.
2. Ершова Л.С. Понятие «живописное» в структуре символического восприятия (по работам В.С. Соловьева и русских символистов) // Л.С. Ершова // Соловьевские исследования =

Solov'evskie issledovaniya = Solovyov studies: Периодический сб. науч. трудов – Вып. 5. – Иваново: Ивановский гос. энергетический ун-т им. В.И. Ленина, 2002. – С. 225-232.
3. Михайлов А.А. Эстетические идеи немецкого романтизма // Эстетика немецких романтиков. – СПб.: Изд-во С.-Петерб. Ун-та, 2006. С.401-433
4. Никифорова А.С. Идея синтеза искусств в культуре немецкого романтизма (от И.Г. Гердера до Р. Вагнера) // Вестник Московского университета. Сер. 7. Философия. – 2015. – № 3. – С. 68-82.
5. Новикова В.Г. Код «живописного» в современном английском романе // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. – 2014. – № 2 (3). – С. 114–119.
6. Седых Э.В. К проблеме интермедиальности: живописное в поэтическом / Э.В. Седых // Павермановские чтения. Литература. Музыка. Театр: сборник научных трудов. Вып. 2 / под ред. О.Н. Турышевой. – Екатеринбург: Ажур, 2014. – С. 103-111.
7. Скотт В. Ламмермурская невеста: роман / Вальтер Скотт; [пер. с англ. В.А. Тимирязева, А.Л. Яковлева]. – Москва: Вече, 2021.– 544 с.
8. Price U. An Essay on the Picturesque, as compared with the Sublime and the Beautiful; and, on the Use of Studying Pictures, for the purpose of Improving Real Landscape. In 2 vol. V. 1. – L., 1796. – P. 46.

FEATURES OF THE PICTURESQUENESS IN SIR WALTER SCOTT'S NOVEL “THE BRIDE OF LAMMERMOOR”

Abstract: This article explores the nature of the picturesque quality in Sir Walter Scott's romantic historical novel “The Bride of Lammermoor”. The analysis is undertaken with regard to the importance of the idea of the arts synthesis for romantic aesthetics, which holds the universalism concept as one of the fundamental foundations. The basis for the chosen approach to analyzing the poetics of the novel is provided by the author himself, who begins the work with a dialogue between an artist and a writer. Furthermore, the proposed method of reading romantic literature appears relevant as it demonstrates the connection of the undertaken research with the issue of intermediality in contemporary literature. The analysis of selected scenes, created with an emphasis on picturesque elements and related to the central character (descriptions of appearance, estate, and nature), reveals the characteristics of how picturesque allusions function within the poetics of Scott's historical novel.
Keywords: historical novel, Walter Scott, romanticism, universalism, synthesis of the arts, picturesque quality, allusion.

Olenina E.A.
Scientific adviser: Telichko T.G. Ph.D. in Philology, associate professor Donetsk State University
E-mail: olenina.e04@yandex.ru

УДК 8.811.111: 81'373

МЕТАФОРА КАК СРЕДСТВО ОБРАЗОВАНИЯ ФИНАНСОВЫХ ТЕРМИНОВ В АНГЛИЙСКОМ И РУССКОМ ЯЗЫКАХ

Острянина А. А.
Научный руководитель: Никулина И. Н., канд. филол. наук, доцент
ФГБОУ ВО «ДонГУ»

Аннотация: Данная работа посвящена анализу финансовой лексики, образованной путём метафоризации. В статье рассматриваются зооморфные, цветовые термины-метафоры финансовой сферы в английском и русском языках.
Ключевые слова: финансовая терминология, метафора.

В настоящее время, тема финансов является одной из самых популярных для специалистов и заинтересованных лиц, не имеющих прямого отношения к кредиту, обмену денег и производству. Актуальность данной работы обусловлена как внелингвистическими причинами – возрастающим интересом к финансовой сфере, так и лингвистическими – недостаточной разработанностью вопросов сопоставительного анализа характеристик метафоры в текстах финансовой тематики.

На данный момент, деньги – это одни из важнейших орудий косвенного воздействия на людей и общество в целом; а именно: воспроизводство материальных благ, рабочей силы и производственных отношений, что в свою очередь предполагает формирование и перманентное развитие терминологической системы, описывающей все обозначенные процессы.

Цель работы – выявить и изучить особенности образования терминов финансовой сферы в английском и русском языке посредством метафоры.

Отметим, что понятие «метафора» насчитывает огромное количество определений. Эта проблема вызывает интерес у многих лингвистов, филологов, философов, в частности Аристотеля, А. А. Реформаторского, К. И. Алексеева, Дж. Лакоффа и М. Джонсона, М. Блэка, Н. Д. Арутюнову, В. Н. Ярцева и многих других. Поэтому в данный момент нет возможности вывести общую формулировку термина, которая охватывала бы его целостность и глубину.

Согласно большой российской энциклопедии, метафора – троп, состоящий в употреблении слова, которое обозначает некоторый класс объектов, явлений, действий или признаков, для обозначения другого, сходного с данным, класса объектов или индивида; скрытое сравнение, построенное на сходстве или контрасте явлений, в котором слова «как», «как будто», «словно» отсутствуют, но подразумеваются [большая российская энциклопедия]. Например: turbulence ‘резкий, неуправляемый скачок или падение рыночных котировок’, медведь ‘биржевой дилер, играющий на понижение’.

Метафоризация – один из наиболее продуктивных способов терминообразования в английском и русском языках. В финансовой сфере метафоризация может осуществляться: на основе названий различных животных; на основе названий частей тела людей и животных; на основе внешнего сходства или сходства функций; на основе внешнего сходства с предметами или явлениями повседневной жизни; по аналогии с глагольным действием; по аналогии с названиями оттенков цвета; по аналогии с предметами или явлениями окружающей действительности.

В данной статье рассматриваются термины-метафоры, образованные на основе названий различных животных, частей тела животных и людей, с использованием колористических компонентов.

К терминам, основанным на названиях животных относятся *bull, bear, peacock, stag, shark, elephant, lemming, gold bug* – в английском языке, и *медведь, бык, заяц, волк, овца,*

тигр, единорог – в русском. Метафоризация осуществляется на основе сходства поведения

данных животных.

Термин bull ‘«бык» – спекулянт, играющий на повышение ставки’, метафора заключается в поведении быка бить рогами снизу в верх. Поэтому термин bull – продавец, который делает ставку на повышение и выигрывает от роста цен. Отсюда пошло выражение bull market ‘рынок, на котором наблюдается тенденция к повышению курсов (акций)’. По аналогии в русском языке существует выражение «бычий рынок».

Термин bear ‘«медведь», т.е. спекулянт, играющий на понижение’ является антонимом термину bull. Есть две версии появления этого термина. С одной стороны, он произошёл от значения слова bear в поговорке to sell bear’s skin before one caught a bear – делить шкуру неубитого медведя. С другой стороны, метафоризация термина произошла на основе сходства естественного поведения медведя. По такому же принципу появилось выражение bear market – рынок, на котором наблюдается тенденция к снижению курсов (акций); в русском языке с помощью такого же типа метафоризации существует выражение «медвежий рынок».

В финансовой сфере английского языка распространено выражение *peacock market* («павлиний рынок»). Данная метафора произведена по аналогии с названием павлин, который распускает свой хвост, чтобы произвести впечатление на зрителей. Таким образом, *павлиний рынок* – это переоценённый рынок, т.е. ситуация, при которой стоимость акций искусственно завышена с помощью политики Центрального банка страны. Так, данная ситуация была известна в 2016 году в Великобритании, когда аналитики компании Hargreaves Lansdown фиксировали снижение индекса доверия инвестором наряду с ростом стоимости акций.

Ещё один термин образованный по такому же принципу – *stag ‘*«олень» – биржевой спекулянт акциями нового выпуска, достигающий своей цели за счёт завышенных цен на новые ценные бумаги»’.

Термином shark ‘*акула, вымогатель, мошенник’* называют таких людей, которые обладают определённым качеством, в данном случае – хитрость [1].

Elephants *‘слоны’* название этих животных используется для номинации крупных инвесторов в финансовой сфере. Метафора проведена по аналогии с крупной формой животного.

Lemming *‘лемминг’* – инвестор, который идёт за толпой, а не самостоятельно анализирует ситуацию на рынке и чаще всего несёт убытки. Такое название не случайно, поскольку лемминги – это мелкие грызуны, которые согласно мифу, раз в несколько лет совершают массовое самоубийство для контроля популяции. Метафора проведена по аналогии с животными, для которых типичны массовые миграции, во время которых они могут погибнуть [5].

Ещё один зооним, использующийся для обозначения игроков рынка, *gold bug* (золотой жук) – инвестор, который вкладывает деньги исключительно в золото и считает его надёжной финансовой валютой, на случай девальвации. Ещё одно значение данного термина – аналитик рекомендующий совершить сделки по покупке золота.

В русскоязычном мире на рынке ценных бумаг *волками* – то есть влиятельными и уверенными в себе людьми, называют инвесторов, которые имеют собственное мнение о будущих рыночных тенденциях, и редко терпят неудачу.

Зайцем (метафора, основанная на способности зайца быстро двигаться) называют тех игроков рынка, кто совершает большое количество транзакций за короткий промежуток времени.

Зооним *овца* (на основе метафорического переноса – ведóмость и робость) используется для обозначения неопытных и робких инвесторов, не имеющих собственного мнения о будущих перспективах развития рынка.

Также в русском языке существуют понятия *тигры* или *тигровая экономика*. Такими понятиями называют страны, в которых экономика отличается существенным подъёмом уровня жизни населения. Тигр символизирует силу, скорость, жестокость и азиатское происхождения. Именно по такому принципу назвали ряд стран в Азии с бурно развивающейся экономикой.

Если говорить о вымышленных животных, то в экономической сфере распространён термин *единорог* (на основе метафорического переноса, обозначающего уникальность, редкость и исключительность). С его помощью называют компании, чья капитализация превышает 1 миллиард долларов.

Многие метафоры русского языка являются калькой с английского. Например: медвежий или бычий рынок.

Важно отметить, что большинство зооморфных метафор финансовой сферы используются как жаргонизмы, а не термины. Они не употребляются в официальных документах, а задействованы в устной или письменной речи участников этого рынка. Однако это не уменьшает значимость данных терминов – знание профессионального жаргона всегда входит в интересы участников рынка, так как оно даёт необходимое понимание всех актуальных процессов и событий в данной сфере.

В финансовой терминологии также есть термины, образованные от названий частей тела людей и животных.

Например, термин tail ‘десятичные доли, следующие за целым числом в долларах, указанные в ставке’ произошёл от общелитературного слова со значением «хвост». Это объясняется тем, что внешний вид цифр, находящихся после запятой, напоминают своего рода «хвост» целых чисел [8].

Термин “leg” («устойчивая тенденция движения курсов ценных бумаг») образован от общелитературного слова “leg” («нога») путём метафорического переноса по функции. Нога является конечностью, предназначенной для опоры тела и для ходьбы. Таким образом, основа метафорического переноса − движение к устойчивости [8].

В русском языке используется выражение *под крылом* (англ. *under the wing*), обозначающее «под покровительством более сильного игрока рынка/биржи».

Отдельную группу представляют выражения с цветокомпонентом. Зачастую, такие метафоры употребляются с названиями животных. Так, в английском языке существуют такие метафорические словосочетания, как black swan, white swan, green swan. Термин black swan вошел в обиход финансистов и экономистов в 2007 году, после издания книги профессора Нью-Йорского университета Н. Талеба «Чёрный лебедь. Под знаком непредсказуемости» [3]. Автор называет чёрным лебедем редкие, трудно прогнозируемые события, которые возникают внезапно и оказывают огромное воздействие на экономику, глобальную политику, а также на каждого человека в отдельности. Он также обращает внимание, что события, называемые black swan, могут иметь не только негативные последствия, но и непрогнозируемые «удачи». Талеб подчеркивает, что в зависимости от подхода и стратегии термин чёрный лебедь может иметь как отрицательную, так и положительную коннотацию. В 2020 году данный термин вновь стал широко употребляться в связи с пандемией вируса COVID-19, который стал причиной глобального экономического кризиса.

Термин white swan является полной противоположность чёрному лебедю. Так, данным термином называют финансовые кризисы и события, которые случаются не стихийно, а закономерно.

Эти два термина также широко распространены в русском языке.

В 2020 году появился новый термин в финансовой сфере английского языка – green swan. Данный термин был создан по аналогии с чёрным лебедем и введён Банком международных расчетов (BIS), который является одним из крупнейших международных банковских регуляторов, устанавливающим международные стандарты

в области управления банковскими рисками. Зелёный лебедь — это неожиданное событие, связанное с изменениями климата, которое имеет серьезные финансовые последствия для экономики всех стран мира [3]. Данное метафорическое выражение имеет негативную коннотацию:

– Green Swan Climate Event Could Trigger Global Financial Crisis, BIS Warns. *'Банк международных расчётов (BIS) предупреждал, что климатические события, называемые «зелёными лебедями», могут вызвать глобальный финансовый кризис'*[Bloomberg, 20.01.2020].

– Green swan climate event could cause next financial crisis-BIS. The BIS urges greater global mobilization of government resources to contain financial fallout from climate change. '*«Зелёный лебедь» может стать причиной следующего финансового кризиса – Банк международных расчётов (БМР). БМР призывает к большей мобилизации государственных ресурсов в глобальном масштабе для сдерживания финансовых последствий изменения климата*' [Aljaseera, 20.01.2020].

В русскоязычной финансовой сфере, по аналогии с английской, черный цвет используется в негативном контексте. Так, выражение *чёрный рынок* обозначает нелегальную, незаконную торговлю дефицитными (обычно потребительскими) товарами [9].

Ещё одним примером является выражение *чёрный рыцарь* – торгово-экономические партнёры страны, находящиеся под действием санкций, которые ради дополнительной прибыли выступают в роли посредников и обеспечивают торгово-экономические связи санкционируемой страны с остальным миром [7]:

– Смягчение ущерба: помогут ли России «Чёрные рыцари» в преодолении санкций.

Противоположностью чёрному является белый цвет, обозначающий честность, добро, свет. С положительной коннотацией употребляется белый цвет в таких выражениях, как *белые рыцари, белые воротнички*.

Метафора *белый рыцарь* обозначает лицо или фирму, предлагающую испытывающей финансовые трудности компании покупку на более выгодных условиях вместо неприемлемого и нежелательного предложения, поступившего от чёрного рыцаря:

– Чёрному золоту ищут белых рыцарей. На продажу выставят 50% нефтекомпании Ruspetro [7].

В противовес положительной коннотации белого цвета выражение *белый слон* обозначает убыточную сделку или сделку на невыгодных условиях, расходы которой значительно превышают потенциальную прибыль:

– «Белые слоны» российской экономики: на что государство тратит деньги [**Ошибка! Источник ссылки не найден.**].

Ещё одним примером цветовой метафоры являются выражения *серый рынок.* Серый рынок – неофициальный рынок импортированных товаров. В отличие от чёрного, серый является полулегальным, а вся продукция легальной [11].

Так, терминам-метафорам с цветообозначением отводится определённое место в финансовой терминологии английского и русского языков. С их помощью более ярко и образно описывают происходящие в экономике события.

Выводы.

Таким образом, метафоры являются достаточно распространёнными в финансовой терминологии английского и русского языков. Они используются как для обозначения участников рынка, названий рынков, так и для ситуаций на рынке в целом. Причиной такой популярности является их яркость, образность и ёмкость. В английском языке распространено использование зоометафор, а также цветовых метафор. Зооморфные метафоры вносят в язык некую образность и отражают специфику языка, в котором они используются. В русском языке популярность таких терминов появилась благодаря

калькированию с английского языка. Например: чёрный и белый лебедь, бычий и медвежий рынки. Использование метафор в терминологии финансовой сферы позволяет глубже понять ментальность разных народов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Gallea Anthony M. Bulls make money, bears make money, pigs get slaughtered: investment wisdom that stands the test of time / Prentice Hall Press. New York Institute of Finance. – 2001 – 288 p.
2. Алексеева, Л. М. Термин и метафора / Л. М. Алексеева. — Пермь : Изд-во Перм. ун-та, 1998. —250 с.
3. Алымова, Е. Н. Цвет как лингвокогнитивная категория в русской языковой картине мира : автореф. дис. … канд. филол. наук / Алымова Е. Н. — Санкт-Петербург, 2007. — 18 с.
4. Арутюнова Н.Д. Функциональные типы языковой метафоры. Известия Академии наук СССР, Серия литературы и языка. – 1978.
5. Йылдырым Ариф. Семантические особенности метафор-зоонимов в современном русском и турецком языках // Преподаватель XXI век. – 2012. – Том 2. – № 1. С. 315-319.
6. Лингвистический энциклопедический словарь / гл. ред. В. Н. Ярцева. М. /Советская энциклопедия, 1990. – 688 с.
7. Люляева Н.А. Изменения в жаргонной лексике участников биржевой деятельности 1997 – 2008 гг. (на примере лексико-семантической группы «Наименования участников биржевой деятельности) // Вестник Вятского гуманитарного университета. 2008. – Том 2. – № 3. – С. 73-78.
8. Науменко Н.П. Сопоставительная характеристика основных метафорическихмоделей в русских и английских экономических текстах, релевантная для перевода. Мир языков: ракурс и перспектива / материалы VI Междунар. науч. практ. конф., Минск, 22 апреля 2015 г. / редкол.: Н.Н. Нижнева. Том I. – Минск // БГУ, 2015. − С.118-141
9. Сидоренко Ю.Н. Пути формирования английской биржевой терминологии: автореф. дис. канд. филол. наук. – Омск, 2005. – 20 с.
10. Чудинов А.П. Россия в метафорическом зеркале: Когнитивное исследование политической метафоры (1991-2000): Монография / Урал. гос. пед. ун-т. – Екатеринбург, 2001. – 238 с.
11. Шарафутдинова Н.С. Терминологическая метафоризация (на материале лингвистических терминов немецкого и русского языков). Русско-немецкие культурно-исторические контакты: материалы Междунар. науч. конф. Тольятти: ТГУ, 2004.
12. The bulls and bears (and other animals) of Wall Street. Oxford Dictionaries [Электронный ресурс]. URL: https://blog.oxforddictionaries.com/2014/08/26/bulls-bears-business-animals-wall-street/ (дата обращения: 23.01.2025)
13. Кабанов Дмитрий. Зомби, страусы и свиньи: краткий словарь биржевого сленга // Finmarket. 04.02.2016 [Электронный ресурс]. URL: http://finparty.ru/market/41916/
14. ABBYY Lingvo [Электронный ресурс] / электронный англо-русский, русскоанглийский словарь – URL: https://www.lingvolive.com/ru-ru (дата обращения: 22.01.2025).
15. Cambridge Dictionary Online [Electronic Resource] URL:https://dictionary.cambridge.org/ (дата обращения: 13.01.2025)
16. TORD: The Oxford Russian Dictionary [Электронный ресурс]/ англо-русский, русско-английский словарь. – М.: Прогресс академия, 1995. – 1340 с. (дата обращение: 22.01.2025)

METAPHOR AS A MEANS OF FORMATION OF FINANCIAL TERMS IN ENGLISH AND RUSSIAN LANGUAGES

Annotation: This research paper dwell on the analysis of financial lexicon formed by metaphorisation. The article considers the terms-jargonisms of financial sphere in English and Russian languages.
Keywords: metaphor, financial terminology.

Ostrianina A. A.
Scientific adviser: Nikulina I. N., department of foreign literature, associate professor
Donetsk State University
E-mail: ostryaninaanastasia@yandex.ru

УДК 811.112.2.161.1’37:373.46:641.5

СЕМАНТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ГАСТРОНОМИЧЕСКИХ РЕАЛИЙ В НЕМЕЦКОМ И РУССКОМ ЯЗЫКАХ

Петрова С. С.
Научный руководитель: Ус Ю.Н. к.филол.наук., доцент
ФГБОУ ВО «ДОНГУ»

Аннотация. В данной работе исследуются семантические особенности гастрономических реалий в немецком и русском языках. Проанализированы лексические единицы, связанные с кулинарной тематикой, и выявлены отличительные черты в их употреблении в обеих культурах. Рассмотрены способы отражения состава и методов приготовления блюд, а также региональные и исторические ассоциации. Сопоставительный анализ выявил ключевые особенности гастрономических реалий, их роль в формировании культурной идентичности и межкультурной коммуникации.
Ключевые слова: гастрономические реалии, семантика, культурные традиции, межкультурная коммуникация, лексические особенности.

1. Введение. Настоящая работа посвящена исследованию семантических особенностей гастрономических реалий в немецком и русском языках. **Актуальность** исследования обусловлена важностью взаимопонимания и обмена культурными традициями в современном мире, что особенно проявляется в области гастрономии. Понимание кулинарных терминов и названий блюд из разных культур помогает не только в межкультурной коммуникации, но и в глубоком изучении национальных традиций, истории и обычаев народов. Гастрономические реалии, будучи неотъемлемой частью повседневной жизни, становятся основой для изучения различий и сходств в языках, а также в восприятии пищи и культуры.

Целью данного исследования является анализ семантических особенностей гастрономических реалий в немецком и русском языках.

Материалом для исследования послужили 187 гастрономических реалий, из которых 100 принадлежат немецкому языку, а 87 – русскому. Данные лексемы были получены путём сплошной выборки из лексикографических источников и различных интернет-изданий [1; 4; 6; 7].

2. **Основная часть.**

2.1. **Понятие «реалия».** Термин "реалия" был введен С. Влаховым и С. Флориным с целью обозначить слов, называющих элементы быта и культуры, исторической эпохи и социального строя, государственного устройства и фольклора, т. е. специфических особенностей данного народа, страны, чуждых другим народам и странам [2, с. 3]. Одними из лексических единиц с ярко выраженной национальной культурной семантикой являются гастрономические реалии.

2.2. **Понятие «гастрономические реалии» и их особенности.** Гастрономические реалии – это понятие, охватывающее разнообразие и богатство кулинарных традиций, продуктов, блюд и обычаев, которые отражают кулинарную культуру определенного общества [5, с. 52].

Гастрономические реалии отражают культурную уникальность каждого общества, формируя неповторимый кулинарный словарь, включающий традиционные блюда, особенности приготовления и подачи. Они тесно связаны с историей и образом жизни, отражая климатические условия, доступность продуктов и исторические события. Социокультурные аспекты также играют важную роль: обычаи приема пищи и семейные традиции становятся способом общения и сохранения ценностей. В условиях глобализации гастрономические реалии изменяются под влиянием других культур и новых предпочтений.

Таким образом, гастрономия представляет собой важный элемент культурного наследия, объединяющий поколения [3, с. 35–42].

2.3. **Сопоставительный анализ.** Все гастрономические реалии в обоих исследуемых языках были разделены на несколько групп: первые блюда, вторые блюда, мясные и колбасные изделия, закуски, изделия из теста, десерты и напитки.

2.3.1 Горячие и холодные супы

Путём сплошной выборки было отобрано 8 наименований в немецком языке и 12 – в русском.

Семантические особенности:

1. Отражение состава в названиях.

В обеих культурах названия супов часто прямо указывают на состав блюда, но в немецком языке это, как правило, осуществляется через сочетание имени ингредиента и слова *Suppe*. Например, *Kartoffelsuppe* ‘картофельный суп’, *Gemüsesuppe* ‘овощной суп’ и *Fischsuppe* ‘рыбный суп’ сразу раскрывают основной ингредиент.

Аналогичные супы в русской кухне также получают имена по ключевому ингредиенту, как это видно в *Грибном супе, Суп с галушками* или *Супе с фрикадельками*. Однако в русской кухне более часто встречаются названия, которые не всегда полностью раскрывают состав блюда. Например, *Борщ* или *Солянка* — эти наименования не сразу дают понять, из чего состоит суп, что создает дополнительное пространство для культурных ассоциаций.

2. Конкретизация ингредиентов и методов приготовления.

Немецкие названия, такие как *Birnen, Bohnen und Speck* ‘груши, бобы и бекон’, содержат подробное описание состава блюда.

В русской кухне аналогов с таким описанием нет, но есть супы с уникальными компонентами, например, *Рассольник*, название которого отсылает к рассолу, и *Щи*, где центральным ингредиентом выступает капуста.

2.3.2. Вторые блюда

Путем сплошной выборки были отобраны 15 наименований на немецком языке и 8 – на русском.

Семантические особенности:

1. Культурные и региональные коннотации.

В немецкой кухне названия часто привязаны к определённым регионам или традициям, как, например, *Thüringer Klöße* ‘тюрингенские клёцки’ или *Hasselback Kartoffeln* ‘картофель хассельбак’, которые связаны с конкретной местностью.

В русской кухне аналогичные примеры встречаются реже. Например, *Макароны по-флотски* отсылают к военной истории, а *Фаршированный перец* имеет связь с домашними заготовками.

2. Конкретизация ингредиентов и методов приготовления.

В немецких названиях часто присутствуют слова, отражающие метод приготовления, как в *Reibekuchen* ‘картофельные оладьи’, где слово *Reibe* указывает на способ нарезки картофеля.

В русском языке тоже часто встречаются названия, акцентирующие способ приготовления, например, *Жареный картофель* или *Жареная рыба*, но в русской кухне метод может быть менее явным, так как акцент часто делается на ингредиенты.

2.3.3 Мясные и колбасные изделия

В результате проведённой работы путем сплошной выборки выявлено 23 немецких и 8 русских реалий.

Семантические особенности:

1. Культурные и региональные коннотации.

Названия немецких блюд, такие как *Gaisburger Marsch* ‘гайсбургский марш’ или *Königsberger Klopse* ‘кёнигсбергские клопсы’, явно указывают на конкретные регионы или исторические события.

В русских названиях, как, например, *Котлета по-киевски, Котлета по-пожарски* или *Мясо по-французски*, также можно проследить привязку к культурным и географическим особенностям, но такие случаи гораздо реже встречаются в сравнении с немецким языком.

2. Конкретизация ингредиентов и методов приготовления.

В немецкой кухне семантика названий часто связана с точным описанием ингредиентов или метода приготовления. Например, *Weißwurst* ‘белая колбаса’ указывает на цвет колбасы, а *Bratwurst* ‘жареная колбаса’ описывает способ приготовления. *Hackepeter* ‘сырой приправленный свиной фарш’ и *Sauerbraten* ‘жаркое из маринованного мяса’ также ясно указывают на состав и метод приготовления блюда.

В русской кухне также используются такие названия, как *Жаркое* ‘жареное мясо’, где указан метод приготовления, или *Бефстроганов*, которое связано с определённым типом нарезки мяса и способом его приготовления. Однако в русской кулинарной традиции такие наименования встречаются реже и часто не передают столько информации о составе, как в немецкой кухне.

2.3.4 Изделия из теста

Путем сплошной выборки отобрано 10 наименований на немецком языке и 20 – на русском.

Семантические особенности:

1. Отражение состава в названиях.

В обеих культурах названия изделий из теста отражают ключевые ингредиенты или характер начинки. В немецкой кухне примеры включают *Zwiebelkuchen* ‘луковый пирог’, *Kirschmichel* ‘пирог с вишней’, где ингредиенты чётко указаны в названии.

В русской традиции аналогичные примеры встречаются в названиях *Ватрушка* ‘с творогом’, *Рыбник* ‘пирог с рыбой’, *Кулебяка* ‘пирог с многослойной начинкой’. Также стоит отметить *Чебурек*, который традиционно содержит мясо или другие наполнители, и *Расстегай*, что также подразумевает начинки. Однако русская кухня чаще включает символичные названия, такие как *Калач* или *Каравай*, где состав блюда не указан явно, а имя указывает на форму или культурное значение.

2. Праздничные коннотации.

В немецкой традиции присутствуют изделия, связанные с определёнными праздниками или временем года, например, *Advent Brot* ‘рождественский хлеб’.

В русском языке подобные примеры включают *Пасха* (кулич), который готовят на Пасху, и *Каравай*, символизирующий гостеприимство и использующийся в свадебных обрядах. Эти названия подчёркивают важность теста как символа праздника и культурных традиций.

3. Культурные и региональные коннотации.

В обеих культурах прослеживается явная связь между названиями блюд и их географическим происхождением. В немецком языке такие наименования, как *Franzbrötchen* ‘францбрётхен’ или *Maultaschen* ‘маульташен’, чётко ассоциируются с определёнными регионами. Например, *Franzbrötchen* связано с Гамбургом, а *Maultaschen* — с областью Швабия.

В русской кухне аналогичные региональные различия выражаются в таких блюдах, как *Пельмени* и *Курник*. Например, в Сибири *Пельмени* могут готовиться с мясом оленя, в то время как в центральной России часто используют свинину и говядину. *Курник* также имеет различные региональные вариации в зависимости от начинки — с курицей и рисом, с грибами и картошкой. Эти примеры показывают, как региональные особенности влияют на выбор ингредиентов и методы приготовления.

4. Указание на форму и характер изделия.

В немецких названиях часто прослеживается указание на форму изделия или процесс его приготовления. Например, *Knödel* ‘кнёдель’ или *Brezel* ‘бретцель’ подчеркивают конкретную форму, как в случае с кренделем, или общую концепцию формы.

В русском языке также встречаются такие указания, но они чаще связаны с традиционными блюдами, как *Расстегай* ‘пирог с открытым тестом’ или *Калач* ‘традиционная форма хлеба’. Эти блюда имеют чётко определённые ассоциативные формы, характерные для русского кулинарного фольклора.

2.3.5. Закуски

Путём сплошной выборки было отобрано 10 наименований в немецком языке и 13 – в русском.

Семантические особенности:

1. Отражение состава в названиях.

В обеих культурах названия закусок отражают ключевые ингредиенты блюда. В немецкой кухне примеры включают *Kartoffelsalat* ‘картофельный салат’, *Rote Bete-Salat mit Hering* ‘салат со свёклой и сельдью’, *Fleischsalat* ‘мясной салат’, которые чётко указывают на основу блюда.

В русской традиции подобное встречается в названиях *Кабачковая икра*, *Маринованные грибы*, *Квашеная капуста*, где ингредиенты описывают основу закуски. Однако русская кухня включает и символичные названия, такие как *Оливье* или *Селёдка под шубой*, которые требуют пояснений, добавляя культурные и ассоциативные оттенки.

2. Культурные и региональные коннотации.

В названиях немецких закусок часто прослеживаются региональные или исторические отсылки. Например, *Leipziger Allerlei* ‘лейпцигская всячина’ подчеркивает связь с Лейпцигом, а *Frankfurter Grüne Sauce* ‘франкфуртский зелёный соус’ отсылает к Франкфурту.

В русской кухне такие примеры включают *Винегрет*, который исторически связан с советским периодом, и *Холодец*, традиционно подаваемый на праздники. Эти названия демонстрируют важность культурного наследия для идентичности блюд.

3. Сезонные ассоциации.

В немецкой кухне блюда часто связаны с определённым временем года. Например, *Grünkohl* ‘тушёная кудрявая капуста’ традиционно подаётся зимой, а *Spargel* ‘спаржа’ ассоциируется с весной.

В русской кухне сезонные связи менее выражены, но заготовки, такие как *Квашеная капуста* и *Маринованные огурцы*, обычно производятся осенью, а *Кабачковая икра* символизирует летний урожай.

4. Образность и символизм в названиях.

В обеих культурах встречаются метафорические названия. Немецкое *Halve Hahn* ‘полпетуха’ вовсе не содержит курицу, а обозначает булочку с сыром, создавая неожиданный образ.

В русской кухне примером может служить *Селёдка под шубой*, где название вызывает ассоциации с зимней одеждой, подчёркивая её многослойность.

2.3.6. Десерты

В источниках материала было зафиксировано 18 немецких и 16 русских наименований.

Семантические особенности:

1. Отражение состава в названиях.

В обеих культурах названия десертов часто отражают их основные ингредиенты или способ приготовления. Например, в немецкой выборке *Baumkuchen* ‘древесный пирог’ указывает на слоистую структуру, напоминающую срез дерева, а *Rote Grütze* ‘красная каша’ акцентирует внимание на цвете и основе из ягод. *Spaghettieis* ‘мороженое-спагетти’ также может намекать на ключевой компонент — мороженое.

В русской традиции аналогичное явление наблюдается в таких названиях, как *Медовик* ‘торт с мёдом’ или *Манник* ‘пирог из манной крупы’, где основной компонент становится частью имени. Однако в русских названиях, таких как *Пломбир* или *Зефир*, могут отсутствовать прямые указания на состав, что подчёркивает символическое значение наименований.

2. Культурные и региональные коннотации.

В немецкой культуре названия десертов часто отражают их региональное происхождение или исторический контекст. Например, *Nürnberger Lebkuchen* ‘нюрнбергский пряник’, *Rothenburger Schneeballchen* ‘ротенбургские снежки’, *Frankfurter Kranz* ‘Франкфуртский венок’ указывают на города или регионы, с которыми они ассоциируются. *Berliner* ‘берлинер’, популярный пончик, также несёт в себе связь с Берлином.

В русской культуре десерты также несут культурную нагрузку, как, например, *Тульский пряник*, ассоциирующийся с городом Тула, или *Ленинградский торт*, отсылающий к советскому прошлому. Эти наименования формируют связь с историческими традициями обеих культур.

3. Образность и символизм в названиях.

Немецкие десерты, такие как *Berliner Luft* ‘"берлинский воздух"’, имеют названия, которые вызывают ассоциации с чем-то лёгким и воздушным.

В русских десертах также присутствуют символические названия, например, *Хворост*, который метафорически описывает внешний вид блюда, похожий на веточки дерева.

4. Сезонные ассоциации.

В немецкой выборке встречаются десерты, которые явно ассоциируются с определённым временем года. Такие десерты, как *Christstollen* ‘рождественский кекс’ или *Zimtsterne* ‘коричная звезда’, ассоциируются с зимой и рождественскими праздниками.

В русской культуре такая сезонная специфика выражена слабо, однако отдельные десерты, например, *Варенье*, часто ассоциируются с летним сезоном заготовок.

2.3.7. Напитки

В результате проведённой работы путем сплошной выборки выявлено 15 немецких и 11 русских реалий.

Семантические особенности:

1. Культурная специфика.

В немецкой культуре традиция употребления алкоголя, особенно пива и вина, значительно более выражена. Напитки, такие как *Altbier* ‘тёмный сорт пива, приготавливаемый старым способом’ или *Eiswein* ‘ледяное вино’, символизируют многовековую культуру пивоварения и виноделия.

В русской культуре также присутствует особое внимание к алкогольным напиткам, как *Водка* или *Медовуха*, но гораздо больше внимания уделяется напиткам, не содержащим алкоголя, таким как *Квас, Кефир* и *Ряженка*.

2. Культурные и региональные коннотации.

В немецком языке наблюдается явное разнообразие напитков, которые тесно связаны с определенными регионами или историческими традициями. Например, *Kölsch* ‘кёльнское пиво’ связано с городом Кёльн, а *Berliner Weiße* ‘берлинер вайссе’ — с Берлином, и оба напитка носят имена, которые прямо отсылают к их географическому происхождению. Такое разнообразие региональных напитков можно также наблюдать и по типам пива, как *Altbier* ‘альтбир’ – тёмное пиво из Дюссельдорфа, или *Pilsner* ‘пиво пильзенского типа’.

В русской кухне, в отличие от немецкой, напитки не имеют столь выраженной региональной привязки в названии. Напитки, как *Квас, Морс, Кефир, Ряженка* имеют несколько вариантов приготовления в зависимости от традиций, но они не привязаны к конкретным географическим регионам. К примеру, *Квас* может иметь разные рецепты в зависимости от местных особенностей, но сам по себе этот напиток не ассоциируется с

одним конкретным регионом, как это бывает в немецких примерах. В то же время, традиции приготовления *Водки*, как и других алкогольных напитков, варьируются по регионам, но не отразятся в названии напитка, как в немецкой культуре.

3. Выводы. Проведенное исследование позволяет сделать следующие выводы. В обеих культурах названия блюд в значительной степени отражают основные ингредиенты и методы приготовления, но немецкая традиция обычно более детализирована в этом плане, тогда как в русской кухне акцент может быть сделан на культурных и ассоциативных аспектах, что создаёт пространство для интерпретаций.

В немецком языке названия блюд чаще содержат прямые ссылки на географическое происхождение или исторические события. В русской традиции связь с регионами выражена менее явно, и название чаще передает общие культурные или исторические ассоциации.

В обеих культурах существуют блюда, которые связаны с определёнными праздниками, временами года или символическими значениями. Однако в немецкой кухне эта связь зачастую более выражена и привязана к конкретным культурным или региональным событиям.

Гастрономические реалии обоих языков служат важными маркерами культурных особенностей и традиций, демонстрируя, как еда и её восприятие в каждой культуре тесно связаны с языковыми средствами и историческими контекстами.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Википедия. – URL.: https://ru.wikipedia.org/wiki/Заглавная_страница (дата обращения: 20.01.2025).

2. Влахов С. И. Непереводимое в переводе / С. И. Влахов, С. П. Флорин. – М.: Международные отношения, 1980. – 223 с.

3. Капкан М. В. Гастрономическая культура: понятие, функции, факторы формирования / М. В. Капкан, Л. С. Лихачева // Известия Уральского государственного университета. Сер. 2, Гуманитарные науки. – 2008. – N 55, вып. 15. – С. 34–43.

4. Национальная кухня Германии. – URL.: https://kidpassage.com/publications/natsionalnaya-kuhnya-germanii (дата обращения: 20.01.2025).

5. Чеснокова О. С. Гастрономический тезаурус испанцев и басков через призму юмористического дискурса / О. С. Чеснокова, Ю. В. Фернандес Санчес // Вестник Томского государственного университета. – 2017. – № 425. – С. 50–58.

6. 100 main Russian dishes. – URL: https://www.rbth.com/russian-kitchen/334397-100-main-russian-dishes (дата обращения: 22.01.2025)

7. Deutsche Spezialitäten. – URL.: https://www.spezialitaeten.de/laender/deutschland/ (дата обращения: 22.01.2025)

SEMANTIC FEATURES OF GASTRONOMIC REALITIES IN GERMAN AND RUSSIAN LANGUAGES

Annotation. This paper studies semantic features of gastronomic realities in German and Russian languages. The lexical units related to culinary themes are analyzed and the distinctive features in their use in both cultures are revealed. The ways of reflecting the composition and methods of cooking, as well as regional and historical associations are considered. Quantitative and qualitative analysis revealed key features of gastronomic realities and their role in the formation of cultural identity and intercultural communication.

Key words: gastronomic realities, semantics, cultural traditions, intercultural communication, lexical features.

Petrova S. S.
Scientific adviser: Us Yu. N. PhD in Philology
Donetsk National University
E-mail: sofiya-petrova2005@mail.ru

УДК 811.112.2'276.6:004.738.5

НЕМЕЦКИЙ ЯЗЫК ИНТЕРНЕТ КОММУНИКАЦИИ КАК РЕЗУЛЬТАТ АНГЛОЯЗЫЧНОГО ВЛИЯНИЯ

Ребенкова П.А.
Научный руководитель: Усова Н.В., д-р филол. наук, доцент
ФГБОУ ВО «ДонГУ»

Аннотация. Данная работа посвящена исследованию англоязычного влияния на немецкий язык в сфере Интернет-коммуникации. Изучается проникновение английских слов, выражений и структур в немецкий онлайн-дискурс, а также их адаптация и интеграция в немецкий языковой контекст. Анализируются причины и последствия этого процесса, включая изменение языковых норм, появление новых сленговых форм и влияние на общую культуру речи в немецкоязычном Интернете. Особое внимание уделяется анализу конкретных примеров использования англицизмов в социальных сетях и блогах.
Ключевые слова: немецкий язык, Интернет-коммуникация, англицизмы, денглиш, сленг, заимствования.

Введение.

В эпоху глобализации и стремительного развития информационных технологий, Интернет-коммуникация стала неотъемлемой частью повседневной жизни. Немецкий язык, активно используемый в онлайн-пространстве, подвергается существенному влиянию английского языка, доминирующего в Интернете. Это влияние проявляется в различных формах, от прямого заимствования слов и выражений до адаптации английских грамматических конструкций и стилистических приемов.

Актуальность данного исследования обусловлена необходимостью изучения процессов, происходящие в немецком языке под влиянием англоязычной Интернет-коммуникации.

Целью исследования является комплексный анализ влияния английского языка на немецкий язык в сфере Интернет-коммуникации. Для достижения этой цели, необходимо решить следующие задачи:

— Выявить основные причины и факторы, обусловливающие англоязычное влияние на немецкий язык в Интернете;

— Определить основные формы и проявления англоязычного влияния в различных сферах Интернет-коммуникации (социальные сети, блоги);

— Проанализировать конкретные примеры использования англицизмов и языковых заимствований в немецком онлайн-дискурсе.

Объектом данного исследования является немецкий язык в сфере Интернет-коммуникации.

Предметом исследования являются лексические, синтаксические и фонографические единицы и трансформации, возникающие в немецком языке в результате англоязычного влияния.

Новизна исследования заключается в выборе предмета исследования, поскольку немецкоязычная Интернет-коммуникация – постоянно изменяющийся аспект языка, требующий дополнительного изучения.

Практическая ценность обусловлена стремительным развитием онлайн-сред, где язык становится не только средством общения, но и индикатором культурных и социальных трансформаций. Результаты исследования могут быть использованы не только в научно-исследовательской работе студентов, но и в практическом изучении современного немецкого языка, а также при составлении соответствующих глоссариев и словарей.

1. Основной причиной англоязычного влияния на немецкий язык в Интернете является глобальное развитие компьютерной науки, которое повлияло на многие

процессы в языке, в первую очередь на его лексику, что привело к созданию специальной терминологической системы [4, с.241]. Также, английский язык считается самым распространенным среди всех языков в сети Интернет, что объясняет необходимость современных лингвистов говорить о появлении так называемого электронного (сетевого) языка. Примером такого языка является *Sprach-Leet* – ‘язык элиты’. Характерной чертой для этого языка является полное замещение буквенных символов – числовыми. Например, слово «1337». Это именно слово, так как на языке элиты «1» пользователями интерпретируется как латинская буква «L», две «3» – латинские буквы «e», «7» – как латинская буква «t», то есть слово *Leet* – ‘элитный’.

Таким образом, Sprach-Leet строится по принципу «кодирования», но в каждой закрытой группе или сообществе эта кодировка индивидуальна. Это сделано для защиты своей группы от влияния извне, а также для создания чувства неповторимости и принадлежности к «элитному обществу».

1.1 Отличительной чертой современного английского и немецкого языков является тенденция к росту числа слов сокращений, их видов и различного вида аббревиатур. Это происходит за счет развития молодежной коммуникации. Сокращения зачастую появляются под влиянием английского языка и часто используются участниками коммуникации. Некоторые из них не переводятся, поэтому немецкая молодежь включает в немецкий язык словосочетания и выражения, записанные полностью на английском.

Исследователи молодежного сленга немецкого языка, такие как Быков А.А., Розен Е.В., Курочкина Е.А. и др., делят аббревиатуры, используемые в сети Интернет, на следующие тематические группы:

- ‘приветствие’, например: *HRU* ‘how are you’; *MU* ‘I miss you’;
- ‘прощание’, например: *SYS* ‘See you soon’; *WBW* ‘With best wishes’; *HAND* ‘Have a nice day’;
- ‘знакомство’, например: *F2F* ‘face-to-face’; *BF* ‘Best friends’;
- ‘чувства и эмоции’, например: *ILY* ‘I love you’; *OMG* ‘Oh my God!’.

В немецкой Интернет-среде сленг активно применяется пользователями, у которых есть общие интересы, например, геймеры, программисты, блогеры и другие. Сленг способствует ускорению и упрощению общения между специалистами, а также создает ощущение внутреннего сообщества [2, с. 56]: *Noob* – ‘новичок, неопытный игрок’*; Gamer* – ‘геймер, человек, играющий в игры’*; Pro* – ‘профессиональный игрок’*;Respawn* – ‘возрождение персонажа после проигрыша’*; Loot* – ‘добыча, предметы найденные в игре’*; Quest* – ‘задание, миссия’.

В таблице 1 приведена сравнительная характеристика немецкоязычных и англоязычных видов сокращений.

Таблица 1

Схожесть немецкоязычных и англоязычных видов сокращений в сети Интернет

Вид сокращения	Английский вариант	Немецкий вариант
Приветствие	GM = Good morning	GM = Guten Morgen
Прощание	GN = Good night	GN = Gute Nacht
Выражение чувств и эмоций	ILY = I love you OMG = Oh my God NP = No Problem LOL = Laughing Out Loud MU = Miss you	ILD = Ich liebe dich OMG = Oh mein Gott KP = Kein Problem LL = Lautes Lachen VD = Vermiss dich
Знакомство	BF = Best Friend BFF = Best Friend Forever	BF = Beste Freunde BFI = Beste Freunde für immer

Таким образом, можно сделать вывод, что большинство сокращений и аббревиатур, используемых немецкой молодежью в Интернете, полностью или частично заимствованы из английского языка.

2. Немаловажную роль в Интернет-общении играют англицизмы и связанная с ними игра слов. Такие заимствования как «Hobby» и «Jogging» уже прочно вошли в язык, но существуют и те, которые возникли относительно недавно, перейдя из сферы компьютерных технологий в общеупотребительную сферу Интернета и социальных сетей. Например:

@laura_huen: @xlaeta gibts dazu ein link? ‘Есть на это ссылка?’.

@Ed_vom_Knopf: Wie jetzt? Ein Mini USB Stick passt auch am Smart? ‘Как это? Мини USB-флешка подходит и к «Смарту»?’

Стоит отметить, что часть английских заимствований адаптируется под литературную норму немецкого языка: существительные пишутся с большой буквы, имеют род и используются с артиклем, глаголы спрягаются по слабому типу спряжения [3]:

@Brown.87: Grad kein bock aber wird mal gedownloadet ‘Сейчас не в настроении, но скачаю как-нибудь’*;*

@ligtside_photo: Du Schönheit <3 freu mich auf unser nächstes Schooting ‘Красавица <3 жду нашей следующей фотосессии’*;*

@froschdomse: In einem Brief schreibt Smart, dass das Mediasystem upgedatet werden muss ‘В письме «Смарт» пишет, что медиасистему нужно обновить’*;*

@PhenoReborn: Hoffentlich wird jetzt der beste Tweet auf jedem Account einfach nur „Hat einer ne Kippe für mich?“ ‘Надеюсь, теперь лучшим твитом в каждом аккаунте будет просто: «Есть ли у кого сигарета?»’.

Иногда англицизмы используются в комбинации с немецкими единицами, создавая подобные гибридные производные:

@HannezBee_Arts: Dieser Tweet hat ja fast schon Trump-charakter…alle Googlenutzer sind faaaaake ‘У этого твита почти что трамповский характер…все пользователи Гугл - фаааааааааааальшивые’*;*

@x.kxpf_gxfxefg: meine Fakesschwester ly ‘Моя фейковая сестра, люблю тебя’.

Также у пользователей мессенджеров присутствует тенденция включения в немецкоязычные предложения англоязычные вкрапления.

@mxmtoon: Das sind keine good news…‘Это не очень хорошие новости’

@lenaaavanessaaaa: ja aber don’t be disrespectful about it sie ist mein bebi ‘да, но не будь неуважительным, она мой малыш’

3. Английские слова настолько часто стали встречаться в разговорном немецком, что в реалиях Германии возникло такое понятие, как «денглиш» (*Denglish* – сочетание из *Deutsch* ‘немецкий’ и *Englisch* ‘английский’). В «Википедии» денглиш (или «англимецкий язык») определяется как смешение английского и немецкого языков [1]. Сегодня денглиш получил огромное распространение и употребляется повсеместно, в живой речи, рекламе, кино, музыке и сети Интернет.

Следует различать англицизмы как таковые и денглиш. Англицизмы – это заимствованные из английского языка слова, чаще всего существительные и субстантивированные глаголы, например, *e-mail, messenger, laptop, workshop,* часто нейтральные по стилистической окраске. В данном контексте следует отметить, что чаще всего появление англицизмов обусловлено развитием современных технологий и связанных с ними профессий, обозначений которых нет в немецком языке. И немецкоязычная культура принимает готовое понятие из английского языка. В том случае, когда англицизмами заменяют существующие немецкие соответствия и предпочитают использование англо-американского варианта, речь идет о денглише [6].

Так как профессиональная деятельность человека кардинально изменилась вследствие стремительного развития информационных технологий и торгово-экономических отношений страны. Из английского языка в немецкий за последние десятилетия пришло огромное количество соответствующих наименований лиц по профессии, что изначально было вызвано отсутствием немецких эквивалентов английским наименованиям в передовых отраслях [7].

На одном из крупнейших специализированных сайтов поиска работы jobboerse.arbeitsagentur.de английские наименования профессий представлены в каждой из 24 категорий поиска [5]. В некоторых отраслях, например, *IT (information technology)* ‘информационные технологии’, *DV (digital video)* ‘цифровое видео’, *Computer* ‘компьютер’, обозначения практически полностью состоят из английских вариантов. В таблице 2 приведены категории наименования лиц по профессии, размещенные на сайте.

Таблица 2

Категории наименования лиц по профессии

Прямые заимствования	*Property Manager, Financial Analyst,Office Coordinator, Customer Service Agent*
Гибридные заимствования	*Projektmanager Anlagenbau, IT Support Mitarbeiter/in, IT-Security Spezialist*

Следует отметить, что феномен денглиша в группе наименований лиц по профессии представляется тем фактом, что даже при наличии немецкого эквивалента предпочтительным становится заимствованный вариант. Это, в свою очередь, создает большие проблемы как для молодого, так и для старшего поколения. Возрастные специалисты сталкиваются с трудностями при поиске нового рабочего места, так как их знание английского языка часто ограничено, а тексты вакансий содержат массу англо-американизмов. Молодые люди, стоящие перед выбором профессии, испытывают трудности с пониманием того, что же в конечном итоге представляет собой та или иная профессия, которая имеет обозначение, взятое из английского языка. Таким образом, возникает обратная ситуация: увидев незнакомое им иноязычное наименование профессии, молодые люди отдают предпочтение профессиям с понятными им обозначениями, например: *Friseur/in, Arzthelfer/in, Kaufmann/-frau* и т.д.

Заключение

Проведенное исследование подтверждает значительное влияние английского языка на немецкий язык в сфере Интернет-коммуникации. Анализ онлайн-дискурса выявил активное использование англицизмов, гибридных форм и заимствований на лексическом, синтаксическом и фонографическом уровнях. Основными причинами этого влияния являются глобализация, развитие компьютерной науки и доминирующая роль английского языка в сети Интернет. Хотя заимствования обогащают язык, возникает проблема денглиша, когда англицизмы неоправданно заменяют существующие немецкие эквиваленты, что может затруднять коммуникацию и влиять на языковую культуру. Данное исследование подчеркивает необходимость дальнейшего изучения этого динамично развивающегося языкового аспекта и разработки стратегий для сохранения баланса между заимствованиями и чистотой немецкого языка в онлайн-среде.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Википедия [Электронный ресурс]. – https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%94%D0%B5%D0%BD%D0%B3%D0%BB%D0%B8%D1%88 (дата обращения 12.01.2025)

2. Гранкова, Н. Н. Актуальные способы образования молодежного сленга (на материале словаря Германа Эмана «Endgeil. Das vollkorrekte Lexikonder Jugendsprache») [Текст] / Н. Н. Гранкова // Мир науки, культуры, образования: Научный журнал. – 2008. N 2. – С. 55 – 57
3. Жаркова Т. И. Аббревиатура в межкультурной деловой коммуникации [Текст] / Т. И. Жаркова // Вестник ИГЛУ. – 2012. – №2. – С. 22 – 26
4. Сумцова О. В., Шевякова Т. Ю. Влияние английского языка на формирование компьютерного сленга в русском языке // Молодой ученый. — 2011. — №4. Т.1. — С. 240-242
5. Электронная база вакансий и резюме [Электронный ресурс]. URL: https://jobboerse.arbeitsagentur.de (дата обращения: 02.02.2025).
6. Denglisch – Anglizismen in der Deutschen Sprache [Electronic resource]. URL: https://dafdiesunddas.wordpress.com/2013/03/25/denglisch-anglizismen-in-der-deutschen-sprache/ (дата обращения: 05.02.2025).
7. Nuncic M. “Online Gamer”, eine ständig wachsende Community im Internet. – 2006. – 147 S.

GERMAN INTERNET COMMUNICATION AS A RESULT OF ENGLISH LANGUAGE INFLUENCE

Annotation. This work is dedicated to the study of the English language influence on the German language in the realm of Internet communication. It examines the penetration of English words, expressions, and structures into German online discourse, as well as their adaptation and integration into the German linguistic context. The causes and consequences of this process are analyzed, including the alteration of linguistic norms, the emergence of new slang forms, and the impact on the overall speech culture in the German-speaking Internet. Particular attention is paid to the analysis of specific examples of Anglicisms used in social networks and blogs.
Keywords: German language, Internet communication, Anglicisms, Denglish, slang, borrowings.

Rebenkova P. A.
Scientific supervisor: Usova N.V., Doctor ofPhilology, Associate Professor
Donetsk State University
E-mail: polina.rebenkova.01@mail.ru

УДК 811.111

СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ПРОИЗВЕДЕНИЙ А.П. ЧЕХОВА В ПЕРЕВОДЕ НА НЕМЕЦКИЙ ЯЗЫК

Селезень Е.А.
Научный руководитель: Калиущенко В.Д., д-р филол.наук, профессор
ФГБОУ ВО «ДонГУ»

Аннотация: работа посвящена исследованию стилистических особенностей и способу их перевода в произведениях А.П. Чехова «Дама с собачкой» и «Скучная история» на немецком языке.
Ключевые слова: стилистические особенности, переводческие трансформации, ирония, заимствования, аллегория

Введение

Данная работа ставит перед собой цель изучить стилистические особенности текстов художественного содержания и способы их перевода. Перевод произведений Чехова на немецкий язык исследовался ранее в статьях С.Х. Габбасовой, А.М. Мирзабаевой, Д.А. Олицкой в работе «О новых немецких переводах пьес А.П. Чехова» и др. Тем не менее, стилистические особенности не являлись отдельно изучаемой темой, что обуславливает актуальность темы.

Проблематика данной работы заключается в поиске наиболее допустимых и часто используемых способов передачи стилистических особенностей художественных текстов, применяемых при переводе.

Целью данной работы является изучение стилистических средств в переводах рассказов А. П. Чехова на немецкий язык.

Задачи работы поставлены следующим образом:

- изучить научную литературу по творчеству А. П. Чехова и переводу в целом;
- проанализировать совокупность стилистических особенностей текстов различного содержания и способов их перевода;
- исследовать вариативные переводы рассказов А. П. Чехова «Скучная история» и «Дама с собачкой» на немецкий язык;
- выявить средства художественной выразительности и авторские приемы, которые применены в оригиналах произведений, проанализировать их интерпретацию в переводах, определить влияние на смысл и содержание исходного текста;
- сделать выводы о применении всех способов преобразований стилистических особенностей в переводах художественных текстов с русского на немецкий язык.

Объектом исследования данной работы выступают стиль текста, а также классификации стилистических языковых средств. Предметом изучения данной работы выступает использование стилистических особенностей при переводе рассказов А. П. Чехова «Скучная история» и «Дама с собачкой» с русского на немецкий язык.

Во время изучения темы исследования в качестве теоретической базы были использованы научные труды Д.Э. Розенталя «Практическая стилистика русского языка» и В.С. Виноградова «Введение в переводоведение».

Научная новизна исследования заключается в том, что в работе впервые проанализированы стилистические особенности в переводах произведений А. П. Чехова «Eine langweilige Geschichte»(в переводе Германа Рёля) и «Die Dame mit dem Hündchen» (в переводе Александра Элиасберга) на немецкий язык.

1. Под стилистическими особенностями часто всего подразумеваются инструменты выразительности, используемые для придания тексту эмоциональной окраски, создания уникального авторского стиля, привнесения национального местного колорита или иных средств благозвучия [1, с.52]. Работа с ними включает в себя анализ

лексикона (выделение ключевых слов, наличие специализированных терминов и частота их употребления), морфологических особенностей (преобладание конкретных словесных приёмов) и синтаксического строя (какие конструкции преобладают, детализация описаний).

Сделать художественный текст выразительнее возможно на нескольких уровнях языка. На фонетико-фонологическом уровне используются аллитерация, ассонанс и подражание.

Стилистическая окраска лексики в художественном тексте также может быть вызвана созданием различного рода колорита. Колорит – определенный социальный или эмоциональный нюанс слова или словосочетания. Колорит может быть территориальный, исторический, национальный, социальный, профессиональный. Сюда можно отнести использование лексических единиц, характерных для определенной территории или народности, добавление архаизмов, неологизмов, историзмов и заимствований [2, с.88].

В основе всех художественных тропов лежит перенесение свойств одного предмета на другое. Поэтому тропы разделяют на простые (эпитеты, сравнения, повторы) и сложные (метафоры, аллегории, иронии, гиперболы и другие).

При переводе стилистических особенностей художественного текста можно использовать следующие способы перевода: пословный перевод, дословный перевод, художественный или литературный перевод.

Пословный (подстрочный) перевод в большинстве своем используется в процессе предпереводческого анализа текста, так как позволяет наметить рабочее поле для дальнейших переводческих шагов – поиска наиболее эквивалентных соответствий, подходящих переводческих трансформаций и финального редактирования согласно стилю и формату текста оригинала.

При дословном переводе достигается максимальная близость синтаксических конструкций и лексических соответствий языку оригинала на языке перевода. Однако при таком переводе нарушаются нормы языка перевода, поскольку огромное количество межъязыковых несоответствий часто требует использования переводческих трансформаций. Данный вид перевода также активно используется в черновом варианте работы.

Что касается художественного перевода, здесь речь идёт об оформлении мыслей подлинника в верную с точки зрения языка перевода форму с условием использования или примерной передачи элементов стиля исходного текста. Большинство теоретиков перевода придерживаются мнения, что лучшие художественные переводы всегда выполнены не столько посредством лексических и синтаксических соответствий, сколько «творческими изысканиями художественных соотношений, по отношению к которым языковые соответствия играют подчиненную роль» [3, с.4]

В случае с произведениями А.П. Чехова, его емкие слова и фразы создают художественные образы, насыщенные богатым ассоциативным содержанием. Писатель использует множество языковых приемов, среди которых прерывистость речи героев, когда речь словно потоком вырывается наружу и уходит внутрь личности, художественные рефрены или повторы отдельных компонентов содержания или формы произведений. Кроме того, для него характерно использование большого количества тропов (оборотов речи, в которых слово или выражение употреблено в переносном значении) [4, с. 33].

2. Язык А.П. Чехова в его художественных произведениях сложен не только с точки зрения иностранного читателя. Даже для носителей русского языка классик – кладезь идей, скрытых смыслов, иронии и юмора. Его речь довольно экспрессивна, в ней используется большое количество русских реалий и историзмов той эпохи. Отдельное место в стиле Чехова стоит выделить краткости сюжетов, описаний персонажей и их

речей. Мастер утверждал, что «Краткость – сестра таланта», что подтверждал с каждым следующим выпущенным произведением или пьесой.

Кроме использования исконно русских слов, которые не поддаются точному переводу и требуют использования уточнений, описательного перевода или подбора примерного соответствия («мещанин», «общественный человек», «тулуп», «иконостас»), Чехов также прибегает к упоминанию известных трудов русской литературы. К примеру, в «Скучной истории» автор говорит о произведении «Горе от ума» («.. и что «Горе от ума» не скучная пьеса…»), а Герман Рёль передает названия устоявшимся эквивалентом («und »Verstand schafft Leiden« ein interessantes Stück sei…»).

Особо интересно использование Чеховым иноязычных вкраплений. Таким образом он иронично обыгрывает использование своими персонажами французского, немецкого, сербского языков. В той же «Скучной истории» «По-прежнему капельдинеры штрафуют меня за мою шубу на двугривенный» - автор не говорит нам о театральных работниках, а приводит транскрипцию немецкого слова Kapelldiener (дословно: служащий капеллы), чтобы показать принадлежность героя к высшему обществу.

Антон Павлович Чехов – один из самых изучаемых писателей в Германии. Художественный перевод его драматургии на немецкий язык – задача, которая требует приложения особых усилий со стороны переводчика. Необходимо не только донести семантический смысл слов, использованных в тексте, но и передать общую идею, мотивы, пронизывающие чеховское произведение и адаптировать под немецкого читателя. С 1902 по 1905 года в Германии вышло 42 издания произведений русского писателя. Особое внимание переводчиков привлекли пьесы «Чайка», «Три сестры» и «Дядя Ваня» [5, с. 82].

В Германии и по сей день продолжают открывать для себя Чехова. Новые переводы существующих рассказов и пьес писателя выходят приблизительно каждые 10 лет. Этот феномен связан с недовольством в отношении старых переводов и поиском нового подхода к использованию переводческих трансформаций.

3. Александр Элиасберг начинает перевод «Дамы с собачкой» прямо с заголовка «Die Dame mit dem Hündchen». Он использует суффикс -chen, который характерен для уменьшительно-ласкательных форм слов. Таким словом и является «собачка». Неверно было бы в данном контексте использовать соответствия русским словам «щенок» или «маленькая собака» («Welpe», «kleiner Hund»). Даже в первом диалоге главных героев у Чехова Гуров говорит: «А я уже дотягиваю здесь вторую неделю», делая акцент на слове «дотягиваю», которое содержит в себе семантический смысл долгого, ленивого, унылого нахождения в определенном месте. В переводе это предложение выглядит как констатация факта (Und ich bin bald zwei Wochen hier. А я здесь скоро уже две недели).

Образ «дамы с собачкой» лишь на первый взгляд прост и легкомыслен у Чехова: в начале произведения он делает акцент на том, что «В рассказах о нечистоте местных нравов много неправды…» («In all den Erzählungen über die in Jalta herrschenden laxen Sitten ist ja vieles übertrieben und erlogen…») Сначала образ главной героини дается нам размыто, одной из многих проходящих по Ялтинской набережной. Но её выдает собачка – элемент природы, друг человека, который позволяет расположить главного героя к Анне Сергеевне. По прошествии времени мы узнаем имя героини, затем фамилию: так таинственная незнакомка раскрывается читателю.

Большое значение Чехов отводит судьбе и случаю в произведении. Встреча Гурова и Анны Сергеевны «это сама судьба», как говорит героиня («sie glaubten, daß das Schicksal selbst sie für einander bestimmt hatte»). Она с самого начала воспринимает курортный роман серьезно, к вынужденному расставанию с Гуровым по причине болезни мужа относится с пониманием. Но сам герой вскоре тоже понимает, что эти отношения однозначно могут привести к чему-то большему. Он принял решительное действие,

отправился в город С., «...все ходил по улице и… поджидал этого случая» («Und nun ging er auf der Straße längs des Zaunes auf und ab und wartete auf einen solchen Zufall»).

Четырехчастная композиция позволяет четко разграничить изменение стиля автора. В первых двух частях даже лексический ряд подобран так, чтобы описать легкость, приключение, ветер в волосах и иллюзию счастливого будущего. Вторая часть оканчивается фразой «пахло осенью» («Auf der Bahnstation war schon ein herbstlicher Hauch zu spüren»), что уже наводит на мысли о серьезном. Третья и четвертая главы про обыденность, скуку, холодную русскую зиму. Но с появлением Анны Сергеевны в жизни Гурова она обретает новые краски, «утреннюю зарю», «праздничный день». Время без возлюбленной отмечено темными красками, оно сумеречное, вечернее, ночное.

Рассказ полон аллегорий: эмблем, девизов, ребусов. Герой находит любовь на берегу моря, в месте зарождения жизни, залога вечного спасения. Ялтинские кипарисы здесь «деревья печали», поскольку ночью город «имел совсем мертвый вид». Москва же представлена теплее и радушнее: «У старых лип и берёз, белых от инея, добродушное выражение, оно ближе к сердцу, чем кипарисы и пальмы» («Die alten Linden und Birken haben, wenn sie mit Reif bedeckt sind, ein so gutmütiges Aussehen und erfreuen uns mehr als alle Zypressen und Palmen»). Предметные аллегории демонстрируют ненависть к прежней, угрюмой жизни Анны Сергеевны – ученый значок мужа, люди в мундирах в театре и осетрина с душком.

В начале рассказа время бежит и торопится в тени ялтинских приключений, затем медленно тянется в С. зимой. Конец мимолетной связи означает начало любви, конец рассказа – только начало для развития чувства. Финал остается открыт, и тем самым позволяет находить ещё больше скрытых символов, заложенных автором.

4. Творчеству А. Чехова конца 1880-х гг. свойственно выражение трагической концепции человека. Наиболее показательным произведением в этом отношении у него является повесть «Скучная история». Начиная в заглавия концепт «скуки» играет ключевую роль в произведении и является смыслообразующим. Из основного смысла вытекают словесно-семантические мотивы однообразия, отчуждения, одиночества. Особое внимание также уделяется тому, что концепт скуки – один из основных культурных концептов русской самобытности, что, в свою очередь, чуждо западноевропейским языковым традициям, и требует от переводчика на немецкий язык более точной передачи русской действительности. Данный паттерн изначально затрудняет адекватное восприятие произведения на немецком языке.

Одна из главных стилистических особенностей «Скучной истории» – постоянная авторефлексия героя, выраженная от первого лица, и придающая повествованию элементы искренности и честности («Насколько блестяще и красиво мое имя, настолько тускл и безобразен я сам» - «So glänzend und schön mein Name ist, ebenso trübselig und häßlich bin ich selbst»). Сложная система взаимодействия диалогов и мыслей главного героя позволяет сформировать масштабную обобщающую картину происходящего в произведении.

Название повести имеет двойную интерпретацию, так как смысловой потенциал слова «история» включает историю не только в качестве жанра (синоним повести – die Erzählung), но и историю как ряд происходящих событий в жизни героя (die Geschichte). Эпитет «скучная» используется в значении скучно написанного самого произведения автором, так и в значении обыденности описанной истории (langweilig). Чехов не дает конкретного определения использованным лексемам, делая акцент на размышлении о главной проблеме, которую воплощает для автора его судьба.

Феномен «скучности» в произведении подкрепляется постоянными лексическими повторами, которые создают эффект однообразия и монотонности обыденной жизни, переставшей приносить новые эмоции и впечатления. Он реализуется благодаря употреблению выражения «одно и то же» («dasselbe»), слова «одинаково» («die gleiche

Weise»), слов с основой «обыкновен-» («gewöhnlich», «Gewohnheit»), слов «обычный» / «по обычаю» («normal»), «всегда» («immer»), «навсегда» («auf immer»), «непременно» («unbedingt»), «часто» («häufig») , «давно» («seit langer Zeit»), «постоянно» / «постоянный» («ständig»).

Большое количество реалий в тексте Чехова передается на немецкий язык Релем с помощью нескольких приемов. Этнографические реалии, к примеру, он предпочитает передавать с помощью экспликации («то студенты величают его иконостасом.» - «die Studenten ihn mit der bunten Bilderwand in der Kirche vergleichen.»). Реалиям быта он часто находит эквивалент в языке перевода («А вот мрачные, давно не ремонтированные университетские ворота; скучающий дворник в тулупе…» - «Und da ist ja auch schon das seit langer Zeit nicht renovierte Universitätstor und der sich langweilende Hausknecht in seinem Schafpelz») или прибегает к контекстуальной замене («По-прежнему капельдинеры штрафуют меня за мою шубу на двугривенный» - «Wie früher nehmen mich die Theaterdiener für meinen Pelz in eine Geldstrafe von zwanzig Kopeken..»).

Заключение

Переводы произведений Чехова, проанализированные в ходе работы, демонстрируют неполную передачу мыслей и идей автора из-за несоответствий средств языка оригинала и языка перевода, а также из-за подобранных переводчиками методов. Александр Элиасберг при переводе «Скучной истории» смещает фокус произведения на любовь, Герман Рёль теряет обезличенность повествования оригинального произведения, делая главного героя источником мыслей самого автора.

Художественные средства Чехова, такие как ирония, символизм и психологизм, теряют часть своего воздействия при переносе на немецкий язык. Проблема передачи нюансов и тонкостей авторского языка становится одной из главных задач переводчика. Иноязычные вкрапления, экспрессивность речи и краткость стиля автора не позволяют совершить буквальный перевод текста без использования переводческих трансформаций, художественные формы перевода.

Можно сделать вывод, что изучение стилистических особенностей произведений Чехова в переводе на немецкий язык подтверждает, что успешный перевод невозможен без глубокого понимания не только авторского текста, но и культурных и языковых особенностей целевой аудитории. Эти аспекты подчеркивают значимость дальнейших исследований в области литературного перевода и необходимости учитывать не только лексические, но и стилистические элементы при работе с текстами.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Рыжкова-Гришина Л. В. Художественные средства. Изобразительно-выразительные средства языка и стилистические фигуры речи [Электронный ресурс] : словарь / Л. В. Рыжкова-Гришина, Е. Н. Гришина. – М.: ФЛИНТА, 2015. – 337 с.
2. Солганик Г.Я., Дроняева Т.С. Стилистика современного русского языка и культура речи: Учеб. пособие для студ. фак. журналистики [Текст] / Г.Я. Солганик, Т.С. Дроняева. – 3-е изд., стер. – М.: Издательский центр «Академия», 2005. – 256 с.
3. Вайсблат, И. Искусство перевода и его проблемы// Изба-читальня [Электронный ресурс]. URL: http://rh.1963.ru/art.htm (дата обращения 09.01.2025).
4. Введенская Л. А. Русский язык и культура речи Справ. пособие / Л. А. Введенская, Л. Г. Павлова, Е. Ю. Кашаева. — Ростов н/Д : Феникс, 2002. — 383 с.; 15. — (Серия "Высший балл")
5. Олицкая Д.А. О НОВЫХ НЕМЕЦКИХ ПЕРЕВОДАХ ПЬЕС А.П. ЧЕХОВА // Национальный исследовательский Томский государственный университет / Материалы II Международного научного форума. Томск: Издательский Дом Томского государственного университета, 2019. – с.81-89
6. Мирзабаева, А. М. Переводы произведений Чехова на иностранные языки // Молодой ученый.—2015. — № 4. — С. 787–792.
7. Weber H. Gedanken zu Tschechow // Das unbestechliche Gedächnis. Schriftsteller über Weltliteratur. Berlin, 1984. S. 129.

STYLISTIC FEATURES OF A.P. CHEKHOV'S WORKS TRANSLATED INTO GERMAN

Annotation. The work is devoted to the study of stylistic features and the method of their translation in the works of Anton Chekhov "The Lady with the Dog" and "Boring Story" in German.
Keywords: stylistic features, translation transformations, irony, borrowings, allegory

Selezen E.A.
Scientific adviser Kaliushchenko V.D. Ph. D., professor
Donetsk State University
E-mail: liza.selezen@yandex.ru

УДК 811.13

РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ КОНЦЕПТА *EAU*/ВОДА ВО ФРАНЦУЗСКОМ И РУССКОМ ЯЗЫКАХ В КОНЦЕПТОПОЛЕ «ПРИРОДНЫЕ ВЫЗОВЫ»

Сергеева Е.С.
Научный руководитель: Кремзикова С.Е. д-р филол. наук, зав.кафедрой
ФГБОУ ВО «ДонГУ»

Аннотация. В статье рассматриваются средства вербализации концепта *вода/ eau* как ключевого элемента французской и русской языковой картины мира в контексте природных вызовов. На основе анализа лексикографических дефиниций имени концепта в толковых словарях выявляются его понятийные, образные и ценностные составляющие. Особое внимание уделяется словообразовательным связям, синонимическим рядам и культурно-специфическим коннотациям, отражающим отношение к воде в условиях экологических кризисов.
Ключевые слова. Концепт вода/ eau, лексические единицы, фразеологизмы, природные вызовы, сопоставительный анализ.

Введение

Современная лингвистика всё больше обращается к междисциплинарным исследованиям, которые позволяют глубже понять способы концептуализации окружающего мира через язык. Одной из ключевых идей в этом контексте является понятие концептополя – это «данная понятийная область, данная совокупность взаимосвязанных понятий» [1, с. 34]. З. Д. Попова и И. А. Стернин рассматривают концепт как отображающую образование структуру, глобальную единицу мышления [6, с.34]. В. Н. Телия определяет концепт как «всё то, что мы знаем об объекте во всей экстензии этого знания». Концепт – это полное собрание знаний об объекте. Он включает в себя самую высокую семантическую категорию абстракции, охватывая конкретизацию частного значения общей семантики [8, с.173]. Концепт по В.А. Масловой представлен в виде круга, с основным понятием – ядром концепта – в центре, а всем тем, что привнесено культурой, традициями, народным и личным опытом – на периферии. Ядро – «словарные значения той или иной лексемы. Периферия – субъективный опыт, различные прагматические составляющие лексемы, коннотации и ассоциации» [5, с. 58].

Концептополе «Природные вызовы» представляет собой особенно интересную область для анализа, поскольку оно охватывает богатый спектр явлений, связанных с природной стихией, и демонстрирует, как различные культуры и языки описывают и осмысляют влияние этих явлений на человека. Концепт *вода/eau* занимает центральное место в языковой картине мира, являясь универсальным символом жизни, чистоты и разрушения. Однако его интерпретация варьируется в зависимости от культурных, исторических и экологических контекстов. В условиях современных вызовов — засух, наводнений, загрязнения водоёмов репрезентация концепта *вода/eau* приобретает особую значимость.

Цель исследования — выявить особенности репрезентации концепта *вода/eau* во французском и русском языках, акцентируя внимание на природных вызовах. Настоящее исследование направлено на выявление сходств и различий в структурировании концептополя «Природные вызовы» с акцентом на концепт «вода» в указанных языках, что позволяет не только проанализировать их языковые особенности, но и расширить представление о когнитивных и культурных механизмах, лежащих в их основе.

Актуальность работы обусловлена тем, что исследование концептополя «Природные вызовы», включает богатый спектр природных явлений и представляет интерес не только с точки зрения лингвистики, но и в рамках изучения взаимодействия человека с природной стихией. Вода, как ключевой элемент этого поля, занимает особое

место благодаря своему значению для выживания, влиянию на культуру и символическому значению. **Объект исследования** – концептополе «Природные вызовы» с акцентом на элемент «вода» в русском и французском языках, а предметом выступают лексические и фразеологические средства языковой объективации этого концепта.

Эмпирический корпус исследования представлен лексическими единицами семантического поля стихии *eau/вода* (250 ЛЕ, из которых 125 на русском и 125 на французском) и (96 ФЕ, из которых 56 ФЕ на французском и 40 ФЕ на русском) с этими лексемами, отобранными из французских и русских лексикографических источников: толковых, этимологических и фразеологических словарей: Trésor de la Langue Française informatisé, Le petit Robert, корпус CNRTL, «Большой фразеологический словарь русского языка» под редакцией В. Н. Телия, «Большой толковый словарь русского языка» под редакцией С. А. Кузнецова.

Результаты исследования

Природная стихия, как многогранное явление, занимает особое место в языковом осмыслении окружающего мира. В толковом словаре русского языка имя концепта «стихия» определяется как «1. Явление природы, обладающее часто разрушительной силой, которой человек не в состоянии противостоять или покоряемой с большим трудом. 2. У древнегреческих философов-материалистов: один из основных элементов природы (огонь, вода, воздух, земля), лежащих в основе всех вещей» [2]. Словарь TLFi предлагает трактовку, согласно которой стихия – *Substance (réputée) simple, entrant à titre privilégié dans la composition de ce qui se rencontre dans la nature* [9] ‘(предполагаемое) простое вещество, входящее в привилегированном качестве в состав того, что встречается в природе’.

В толковых словарях французского языка упоминаются два исходных корня для слова *eau → aqua-, hydr(o)-* [11]. Первый служит для обозначения свойств воды и природных явлений, связанных с водой. Второй корень имеет более техническое и научное применение, включая использование в специализированной терминологии. Форма *eau, eaue* (XIII в.) [11], форма *eaue* (XIII в.) [11], ранее *aigue, aive, eve* (XI в.) [11]. Таким образом, согласно анализу словарных статей, во французских толковых словарях ключевого слова eau, выделены понятийные признаки концепта: 1) жидкость прозрачная, бесцветная, без запаха и вкуса в чистом виде, которая является основным составляющим озёр, рек, морей и океанов; 2) дождь; 3) субстанция с химической формулой H_2O (лёд, жидкая вода, пар); 4) количество или природные скопления воды. В словарях русского языка отмечено, что слово «вода» – славянское по происхождению, известно в русском языке с XI в. и образовано от той же общеславянской основы, что и слово «ведро» [7, с.146]. Исследование концепта *eau/вода* в рамках концептополя «Природные вызовы» основано на теоретических принципах, разработанных М.В. Пименовой.

Во французских толковых словарях лексема *eau* (ж.р.) определяется через базовые, универсальные признаки, зафиксированные в словарных определениях (ядро концепта):

1) *Liquide naturel, inodore, incolore et transparent quand il est pur* [11] ‘природная жидкость без запаха, бесцветная и прозрачная в чистом виде’.

2) *Ce corps liquide, contenant en solution ou en suspension toutes sortes d'autres corps (sels, gaz, micro-organismes, etc.), très répandu à la surface terrestre (eau de pluie, eau de mer, eau du robinet, etc.)* [10] ‘это жидкое тело, содержащее в растворе или суспензии всевозможные другие тела (соли, газы, микроорганизмы и т. д.), широко распространенное на поверхности Земли (дождевая вода, морская вода, водопроводная вода и т. д.) ’.

В русских словарях лексема *вода* также определяется через базовые, универсальные признаки, зафиксированные в словарных определениях (ядро концепта): 1) *«Прозрачная жидкость, образующая реки и моря».* 2) *«Стихия, несущая жизнь (родник) или разрушение (паводок)»* [2].

Периферия концепта *eau/ вода* включает культурные, ассоциативные и прагматические составляющие, связанные с природными вызовами: *цунами/ raz de marée* (m); *наводнение/ inondation (f*); *лавина/ avalanche (f)*; *сель/ coulée boueuse*; *прилив/ marée (f); отлив/ reflux (m).* Слова-репрезентанты были отобраны в соответствии с присутствием в их семантике компонента «разрушительное воздействие», а также на основе частотности их употребления в контексте вербализованных ситуаций экологических катастроф или стихийных бедствий. Исследование словарных дефиниций этих единиц позволило выделить **семантические мотивирующие признаки концепта** во французском языке:

Raz de marée (m) '**цунами**' – *vague isolée et très haute, d'origine sismique ou volcanique, qui pénètre profondément dans les terres* [9] 'изолированная (единичная) и очень **высокая волна** сейсмического или вулканического происхождения, которая проникает глубоко в сушу'.

Inondation (f) '**наводнение**' – *submersion des terrains avoisinant le lit mineur d'un cours d'eau ; eaux qui inondent* [10] '**затопление участков**, прилегающих к второстепенному руслу реки; воды, которые затопляют'.

Inondation d'un marché par des produits étrangers [10] 'затопление рынка иностранными товарами'; irrigation par inondation [9] 'орошение методом затопления'; inondation des rizières [9] 'затопление рисовых полей', inondation des ventricules, inondation ventriculaire [9] 'кровоизлияние в желудочек мозга', inondation glycosée [9] 'гликозированное затопление'**.**

Avalanche (f) **'лавина'**– *importante masse de neige qui se détache du flanc de la montagne et dévale en entraînant des pierres, des boues* [11] 'большая **снежная масса**, которая отрывается от склона горы и скатывается вниз, увлекая за собой камни, ил'.

déclencher + avalanche; provoquer + avalanche [10]*; avalanche venteuse, compacte ou de fond, sèche, de poudre; couloir, cône, glacier d'avalanche; rouler, tomber en avalanche* [11]**.**

Marée (f) '**прилив**' – *oscillation quotidienne de la mer dont le niveau monte et descend alternativement* [10]'суточное **колебание моря**, уровень которого попеременно поднимается и опускается'.

Petite, forte marée; marée déferlante, grondante, houleuse, puissante; bruit, roulement d'une marée; régularité, ressac des marées; amplitude des marées; rivière, fleuve sans marée; entrer, sortir de toute marée, à marée haute, à marée basse, marée descendante [9].

Coulée boueuse (f) '**сель**' – *écoulement en masse, à l'état pâteux, de boue gorgée d'eau, sur des pentes raides (15° et plus)* [10] '**массовый сток** в пастообразном состоянии из переувлажненной грязи на крутых склонах (15° и выше)'.

Reflux (m) '**отлив**' – *mouvement d'un liquide qui reflue* [9] '**движение жидкости**, которая течет обратно'. *Le flux et le reflux de la foule, appareil à reflux, jusant.*[9]. Таким образом, с использованием элементов **этимологического анализа словарных дефиниций французского языка выделены следующие семантические мотивирующие признаки концепта:**

Inondation ← лат. *inundatio* (потоп). — Мотивация: затопление, выход воды за пределы. **Raz de marée** ← брет. *raz* (сильное течение) + *marée* (прилив). — Мотивация: сочетание прилива и разрушительного течения. **Coulée bouleuse** ← *coulée* (поток) + *bouleuse* (грязевой). — Мотивация: грязевой поток, несущий опасность. **Avalanche** ← лат. *labina* (скольжение). — Мотивация: движение снежно-водной массы.

В русском языке проанализированы лексемы концептополя – *цунами, наводнение, лавина, сель, прилив, отлив* — аналогичные понятия, но с акцентом на сезонность и локальные особенности (*паводок*). ***Наводнение*** ← «вода» + «на-» (действие сверху) + «-ение» (процесс). — Мотивация: связь с избытком воды, затоплением. ***Цунами*** ← яп. (tsunami: «цу» — гавань, «нами» — волна). — Мотивация: разрушительная волна, угрожающая прибрежным зонам. ***Сель*** ← тюрк. «сел» (бурный поток). — Мотивация: стихийный грязевой поток, связанный с водой. ***Прилив/отлив*** ← «лить» (движение жидкости). — Мотивация: циклическое движение воды, её приход и уход.

Таблица 1. Семантические мотивирующие признаки концепта «eau/вода» в концептополе «Природные вызовы»

Ключевое слово	Мотивация в русском языке	Мотивация во французском языке
Цунами / Raz de marée	Связь с морем, внезапность, разрушение.	Сочетание прилива и катастрофы (marée + raz).
Наводнение / Inondation	Избыток воды, стихийность.	Контролируемое/неконтролируемое затопление.
Лавина / Avalanche	Снежно-водная масса, скорость.	Связь с горным ландшафтом и скольжением.
Сель / Coulée boueuse	Грязевой поток, стихийность.	Акцент на состав потока (грязь + вода).
Прилив / Marée	Естественный цикл воды.	Связь с морской культурой (рыболовство, порты).
Отлив / Reflux	Уход воды, обнажение опасностей (рифы).	Медицинская метафора (reflux — обратный поток).

Таблица представляет собой сопоставительный анализ семантических мотивирующих признаков концепта «eau/вода» в концептополе «Природные вызовы» во французском и русском языках. В ней выделены ключевые слова, их мотивационные признаки. В обоих языках вода ассоциируется с природными явлениями, такими как наводнения, цунами и приливы, которые несут угрозу или требуют контроля. Однако мотивационные признаки различаются: в русском языке акцент делается на стихийность и разрушительную силу (например, «наводнение» как избыток воды), тогда как во французском языке чаще подчеркивается связь с культурными и географическими особенностями (например, «raz de marée» как сочетание прилива и катастрофы). Эти различия отражают уникальное восприятие природных явлений в каждой языковой культуре.

Проведенное исследование средств и способов вербализации концепта *eau* / *вода* во французском и русском языках показало, что его понятийная структура совмещает жизненно важную роль воды и её разрушительный потенциал. Сочетательные способности имени концепта *вода* в русском языке свидетельствуют о том, что природные явления коррелируют с культурными архетипами, например, *живая вода*, *вода камень точит*. Фразеологические выражения во французском языке свидетельствуют о том, что концепты стихии, объективируемые фразеологическими единицами, являются важными маркерами специфики картины мира французской лингвокультуры, а также концептуальные различия в восприятии воды и связанных с ней природных явлений в обеих языковых культурах. В современных исследованиях обращается внимание на особую функцию периферийного плана концептуального поля «активное начало» стихии, где природное явление рассматривается как начало определенного действия, как движущая сила разрушительного действия, как символ человеческого бытия. Отмечается, что концепты стихии, которые объективируются фразеологическими единицами (ФЕ), являются маркерами специфики картины мира определённой лингвокультуры. [4, с. 35]

Таблица 2. Сопоставительный анализ средств репрезентации концепта *eau/вода*

Средства репрезентации	Французский язык	Русский язык
Фразеологические единицы	*passer entre deux gouttes d'eau* – ‘быть редкостным пройдохой, пронырой’	*как с гуся вода* – о том, кто легко выходит из сложных ситуаций
	il n'est pire eau que l'eau qui dort – ‘в тихом омуте черти водятся’ (скрытая угроза)	*тихая вода берега подмывает* – скрытая опасность
	jeter de l’eau sur le feu ‘подлить масла в огонь’ (иронично)	*подлить масла в огонь* – усугубить ситуацию
Лексические единицы	*eau* ‘вода’, *inondation* ‘наводнение’, *avalanche* ‘лавина’, *marée* ‘прилив’, *reflux* ‘отлив’ универсальность и культурно-географические особенности	*вода, наводнение, цунами, лавина, сель, прилив, отлив , паводок* сезонное явление
Культурные метафоры	*nager entre deux eaux* – сохранять нейтралитет	*лить воду* – пустословие, но *водой не разольёшь* – единство
Коллокации	*l’eau qui dort* – скрытая угроза	*живая вода* – исцеление, *мёртвая вода* – опасность (сказочный контекст)
	crue éclair ‘внезапный паводок’, *raz de marée,* акцент на скорости *réchauffement climatique* климатическом изменении *coulée boueuse* ‘сель’, *raz de marée* ‘цунами’	*глобальное потепление* – акцент на температуре

Заключение

Проведённое исследование подтвердило, что концепт «eau/вода» занимает центральное место в языковой картине мира и тесно связан с культурными, историческими и экологическими особенностями каждого языка.

Во французском языке вода воспринимается как контролируемый ресурс, объект технологического регулирования, но также и как разрушительная сила в контексте климатических изменений. В русском языке вода ассоциируется, традиционными представлениями и культурными символами (*живая вода* – исцеление, *мёртвая вода* – опасность), но также и с природной стихией *глобальное потепление.* Таким образом, анализ концептополя «Природные вызовы» в аспекте концепта «вода» позволяет глубже понять механизмы языковой репрезентации стихийных явлений и выявить межкультурные различия в осмыслении окружающей среды. Исследование концепта *eau/вода* в рамках концептополя «Природные вызовы» открывает широкие перспективы для дальнейшего изучения других природных стихий, таких как огонь, воздух и земля, которые также играют важную роль в языковой картине мира. Эти стихии, как и вода, обладают двойственной природой: они могут быть как источником жизни, так и разрушительной силой.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Ахманова О. С. Словарь лингвистических терминов. М.: Сов. энцикл., 1996. – 608 с.
2. Большой толковый словарь русского языка» под редакцией С. А. Кузнецова
3. «Большой фразеологический словарь русского языка» под редакцией В. Н. Телия
4. Кремзикова С. Е., Добрякова А. А. Концепт стихии «Fire» / ‘огонь’ и средства его репрезентации в английской языковой картине мира // Studia Germanica, Romanica et Comparatistica: научный журнал / отв. ред. В. Д. Калиущенко. – Донецк: ДонГУ, 2023. – Т. 19. – Вып. 2 (60). С.28-45.
5. Маслова В.А. Введение в когнитивную лингвистику: Учебное пособие / В.А. Маслова. – М.: Флинта: Наука, 2004 – 296 с.

6. Попова З.Д., Стернин И.А. Понятие «концепт» в лингвистических исследованиях. – Воронеж, 1999. – 211б.
7. Семенов А.В. Этимологический словарь русского языка. Издательство «ЮНВЕС» Москва, 2003 г.-704 с.
8. Телия В.Н. Коннотативный аспект семантики номинативных единиц. - М. Наука, 1986. - 173 с.
9. Trésor de la Langue Française informatisé https://www.atilf.fr/ressources/tlfi/
10. Larousse en ligne. - URL: http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais
11. Le Petit Robert «Dictionnaire alphabetique et analogique de la langue fransaise»
12. Central National de Ressources Textuelles et Lexicales [Ressource électronique]. URL: https://www.cnrtl.fr

LEXICOGRAPHIC REPRESENTATION OF THE CONCEPT *EAU/WATER* IN FRENCH AND RUSSIAN LANGUAGES IN THE CONTEXT OF ENVIRONMENTAL CHALLENGES

Annotation. The article examines the means of verbalizing the concept of water / eau as a key element of the linguistic worldview of the French and Russian peoples in the context of natural challenges. Based on the analysis of lexicographic definitions of the concept's name in explanatory dictionaries, its conceptual, figurative, and value components are identified. Special attention is given to word-formation connections, synonymic series, and culturally specific connotations reflecting attitudes toward water in the context of ecological crises.
Keywords: Concept of water/eau, lexical units, phraseological units, natural challenges, comparative analysis.

Sergeeva E.S.
Scientific adviser: Kremzikova S.E., Doctor of Philology, Associate Professor, Head of Romance Philology Department Donetsk State University
E-mail: helen.horlovka@mail.ru

УДК 81'25'373.612:[791.43:030=111.112.2=161.1]

ТРАНСФОРМАЦИЯ ЗНАЧЕНИЙ ПРИ ПЕРЕВОДЕ НАИМЕНОВАНИЙ КИНОФИЛЬМОВ С АНГЛИЙСКОГО И НЕМЕЦКОГО ЯЗЫКОВ НА РУССКИЙ ЯЗЫК

Солодилова К. А.
Научный руководитель: Ус Ю. Н., канд. филол. наук, доцент
ФГБОУ ВО «ДонГУ»

Аннотация. Данная работа посвящена исследованию трансформаций значений, возникающих при переводе наименований кинофильмов с английского и немецкого языков на русский язык. В работе проводится сравнительно-сопоставительный анализ переводческих решений и выявляются основные типы семантических изменений, происходящих в процессе адаптации названий кинолент для русскоязычной аудитории. Особое внимание уделяется причинам, обуславливающим необходимость трансформаций, таким как культурные различия, прагматические факторы и лингвистические особенности языков.
Ключевые слова: наименование кинофильма, перевод, трансформация значения, семантика, сравнительно-сопоставительный анализ, английский язык, немецкий язык, русский язык.

Введение. Наименование кинофильма, представляя собой сложную семиотическую структуру, выполняет ряд важных функций, включая информативную, рекламную и эстетическую. Подобно фразеологической единице, обладающей устойчивым значением и коннотациями, название фильма является своеобразной “компрессией” смыслов, предназначенной для передачи ключевых аспектов содержания и привлечения внимания потенциального зрителя.

Фразеологизмы, будучи неотъемлемой частью языковой картины мира, аккумулируют культурно-исторический опыт и отражают национальную специфику мировосприятия [2]. Исследование фразеологического фонда позволяет выявить устойчивые ассоциации и символы, характеризующие ту или иную лингвокультурную общность. Аналогично, анализ названий кинофильмов, как продуктов массовой культуры, предоставляет ценную информацию о современных тенденциях, ценностях и культурных кодах, циркулирующих в обществе.

В рамках данной работы предпринято исследование трансформаций значений, возникающих в процессе перевода наименований кинофильмов с английского и немецкого языков на русский язык. В отличие от традиционных исследований перевода фразеологических единиц, где приоритетным является сохранение семантической эквивалентности и стилистической адекватности, анализ названий фильмов предполагает учет более широкого спектра факторов, определяющих выбор переводческого решения.

Актуальность исследования обусловлена возрастающей ролью кинематографа как инструмента межкультурной коммуникации и расширением международного кинопроката. В условиях глобализации, адекватный перевод названий кинофильмов приобретает особую значимость для успешного продвижения кинолент на зарубежных рынках и обеспечения их правильного восприятия зрительской аудиторией. Выявление и анализ закономерностей трансформации значений при переводе названий фильмов представляется важным для оптимизации переводческих стратегий и повышения эффективности межкультурной коммуникации в сфере кинематографа.

Объектом исследования являются наименования кинофильмов на английском, немецком и русском языках.

Предметом исследования – выступают семантические трансформации, происходящие в процессе перевода наименований кинофильмов с английского и немецкого языков на русский язык, а также лингвистические, культурологические и прагматические факторы, обусловливающие эти трансформации.

Цель исследования – выявить и систематизировать основные типы семантических трансформаций, наблюдаемых при переводе наименований кинофильмов с английского и немецкого языков на русский язык, а также определить факторы, обусловливающие данные трансформации.

Эмпирическим материалом послужили наименования более 200 кинофильмов на английском, немецком и русском языках, полученные из следующих электронных ресурсов: ВидеоГид, Википедия, Всё о кино: Фильм.ру. Для анализа были отобраны названия кинофильмов различных жанров, выпущенных в период с 2020 по 2025 год, с целью обеспечить репрезентативность выборки и учесть современные тенденции в кинематографе и переводе. Особое внимание уделялось фильмам, переведенным как с английского на русский, так и с немецкого на русский языки.

Основная часть. Кинематограф, будучи отражением социокультурных процессов и мировоззренческих установок, оказывает значительное влияние на формирование языковой картины мира. Названия кинофильмов, как своего рода “визитная карточка” произведения, играют важную роль в привлечении внимания аудитории и формировании первого впечатления о фильме.

Перевод наименований кинофильмов, в свою очередь, представляет собой сложный процесс адаптации, требующий от переводчика не только лингвистической компетенции, но и глубокого понимания культурных особенностей целевой аудитории. За каждым названием скрывается определенный смысл, который необходимо не только точно передать, но и адаптировать к культурному контексту принимающего языка.

Проблема адекватного перевода названий кинофильмов является актуальной задачей современного переводоведения. Название кинофильма, как отмечает В.Н. Комиссаров, “выполняет не только информативную, но и экспрессивную функцию, стремясь привлечь внимание зрителя и сформировать у него определенное представление о содержании фильма” [3]. Поэтому, при переводе названий необходимо учитывать не только лингвистические особенности языков, но и культурологические и прагматические факторы, что зачастую приводит к неизбежным семантическим трансформациям. Целью данного раздела является анализ наиболее распространенных типов семантических трансформаций, применяемых при переводе названий кинофильмов с английского и немецкого языков на русский, а также выявление причин, обусловливающих их необходимость. Анализ проводится на основе корпуса примеров, извлеченных из баз данных кинофильмов и словарей, и опирается на теоретические положения, разработанные в сфере переводоведения.

При переводе названий кинофильмов с английского языка на русский наблюдается широкий спектр семантических трансформаций, что обусловлено рядом факторов, включая структурные различия между языками, культурные особенности и необходимость адаптации к целевой аудитории. Как отмечает Л.С. Бархударов, “переводческая трансформация – это преобразование, с помощью которого можно осуществить переход от единиц оригинала к единицам перевода” [1]. Рассмотрим наиболее распространенные типы трансформаций на конкретных примерах:

Генерализация – это один из типов семантических трансформаций, при котором лексическая единица в оригинале заменяется единицей с более общим значением в переводе. Как правило, эта трансформация применяется в тех случаях, когда в языке перевода отсутствует прямой эквивалент, или когда необходимо упростить название для облегчения восприятия.

English: “The Fast and the Furious” *Russian:* “Форсаж”.

Английское название, состоящее из двух прилагательных, акцентирует внимание на двух взаимосвязанных качествах – “скорость” (Fast) и “ярость” (Furious), что в совокупности создает образ динамичного и захватывающего действия. Русский перевод использует одно слово “Форсаж”, которое, согласно словарю Ожегова, означает

“интенсивное ускорение, резкое увеличение скорости” [2]. Таким образом, происходит генерализация значения, поскольку два конкретных признака заменяются одним общим понятием. Однако, несмотря на это, название “Форсаж” эффективно передает динамику и энергетику фильма, а также является более лаконичным и запоминающимся. *Причины:* Лексическая лакуна (отсутствие прямого эквивалента, объединяющего оба понятия), упрощение для восприятия, необходимость создания более лаконичного названия.

German: “Der Untergang” *Russian:* “Бункер”.

Немецкое слово “Untergang” имеет более широкое значение, охватывающее понятия “закат”, “гибель”, “крушение”. В контексте фильма, повествующего о последних днях Гитлера в берлинском бункере, русский перевод ограничивает значение, одним словом, “Бункер”. Это, с одной стороны, упрощает восприятие, делая акцент на месте действия, но с другой стороны, теряется многозначность и трагизм оригинального названия, намекающего на гибель целой эпохи. *Причины:* Упрощение для восприятия, акцент на месте действия, возможно, стремление избежать излишней патетики.

Конкретизация – это семантическая трансформация, обратная генерализации, при которой лексическая единица в оригинале заменяется единицей с более узким значением в переводе. Эта трансформация может использоваться для более точной передачи смысла, создания более яркого и запоминающегося образа, или адаптации к особенностям целевой аудитории.

English: “Get Smart” *Russian:* “Будь круче!”.

Английское название “Get Smart” дословно переводится как “Стань умным” или “Поумней”. Русский перевод использует императив “Будь круче!”, что является более конкретным и молодежным призывом, ориентированным на целевую аудиторию фильма. В данном случае, понятие “умный” заменяется понятием “крутой”, что, с точки зрения молодежной культуры, подразумевает не только ум, но и уверенность в себе, стильный внешний вид и умение произвести впечатление. Таким образом, происходит конкретизация значения, направленная на создание более привлекательного и запоминающегося образа для целевой аудитории. *Причины:* Прагматическая адаптация (ориентация на целевую аудиторию), стилистическая адаптация (использование молодежного сленга), создание более привлекательного и запоминающегося образа.

German: “Das Boot” *Russian:* “Подводная лодка”.

Немецкое слово “Boot” означает “лодка” в общем смысле. Русский перевод конкретизирует, что речь идет именно о “подводной лодке”, что является важным элементом сюжета и жанра фильма (военная драма). Эта конкретизация помогает зрителю сразу понять, о чем будет фильм. *Причины:* Уточнение значения, ориентация на жанр и сюжет фильма.

Модуляция – это семантическая трансформация, при которой происходит логическое развитие значения, и переводчик заменяет слово или выражение в оригинале на другое, логически связанное с ним. Как отмечает С. Влахов, “модуляция заключается в замене слова или словосочетания другим, логически выводимым из первого” [2].

English: “Catch Me If You Can” *Russian:* “Поймай меня, если сможешь”.

Оба названия практически идентичны и сохраняют исходный смысл, представляя собой вызов или предложение посоревноваться. Однако, в русском варианте добавлена запятая перед союзом “если”, что придает предложению более четкую структуру и выразительность, а также соответствует нормам русской грамматики. В данном случае происходит незначительная модуляция, направленная на улучшение стилистических качеств названия. *Причины:* Грамматическая адаптация, улучшение стилистических качеств названия.

German: “Die fetten Jahre sind vorbei” *Russian:* “К чему помыслы о любви?”.

Замена – это один из наиболее радикальных типов семантических трансформаций, при котором происходит полная замена слова или выражения в оригинале на совершенно другое слово или выражение в переводе. Как правило, эта трансформация применяется в тех случаях, когда прямой перевод невозможен, неадекватен, или не соответствует целям рекламной кампании.

English: “The Hangover” *Russian:* “Мальчишник в Вегасе”.

Английское название “The Hangover” означает “похмелье”, то есть неприятное состояние, возникающее после чрезмерного употребления алкоголя. Русский перевод полностью заменяет исходное название, акцентируя внимание на событии, которое привело к похмелью – “мальчишник в Вегасе”. Данная замена является прагматически обусловленной, поскольку “мальчишник в Вегасе” является более ярким, интригующим и запоминающимся названием, которое привлекает внимание зрителей и создает определенные ожидания, связанные с безудержным весельем и приключениями. *Причины:* Прагматическая адаптация (привлечение внимания за счет более яркого и интригующего названия), культурная адаптация (ассоциация с местом действия и определенным типом развлечений).

German: “Wer früher stirbt ist länger tot” *Russian:* “Куриная слепота”.

Немецкое название, дословно переводящееся как “Кто раньше умирает, тот дольше мертв”, является ироничным размышлением о смерти и жизни. Русский перевод полностью заменяет его на “Куриная слепота”, что представляет собой метафорическое название, отсылающее к теме неспособности видеть правду и предвидеть последствия своих действий. Замена обусловлена, по-видимому, желанием создать более интригующее и запоминающееся название, которое бы привлекло внимание зрителей. *Причины:* Прагматическая адаптация (создание более интригующего названия), культурная адаптация (замена сложной философской концепции

Опущение – это семантическая трансформация, при которой из перевода исключаются элементы, присутствующие в оригинале.

English: “Fantastic Beasts and Where to Find Them” *Russian:* “Фантастические твари”.

Английское название является достаточно длинным и подробным, указывая на то, что фильм повествует о фантастических существах и о том, где их можно найти. Русский перевод сокращает название до “Фантастические твари”, опуская часть “и где они обитают”. Данное опущение связано с необходимостью создания более лаконичного и запоминающегося названия, которое было бы удобно произносить и воспринимать. *Причины:* Сокращение для удобства произношения и запоминания, создание более лаконичного названия.

German: “Elementarteilchen” *Russian:* “Атомы”.

Немецкое название “Elementarteilchen” дословно переводится как “Элементарные частицы”. Название имеет научный, философский и метафорический подтекст. Русский перевод “Атомы” также является физическим термином, обозначающим строительные блоки материи. Однако, в русском языке слово “атом” не обладает тем же философским и метафорическим весом, что и “Elementarteilchen” в немецком. Слово “атом” более прочно ассоциируется с конкретной научной областью, чем с экзистенциальными вопросами. Таким образом, происходит опущение части смысловых оттенков, связанных с философской и метафорической интерпретацией “элементарных частиц”. *Причины:* Стремление упростить название для восприятия широкой аудиторией, а также с отсутствием в русском языке точного и эквивалентного по значению и коннотациям термина.

Применение семантических трансформаций при переводе названий кинофильмов с английского и немецкого языка на русский обусловлено комплексом факторов, включающих:

Лингвистические факторы: Различия в грамматической структуре, лексическом составе и стилистических особенностях английского и русского языков часто требуют применения трансформаций для достижения адекватности и естественности перевода.

Культурологические факторы: Различия в культурных реалиях, ценностях и представлениях могут потребовать адаптации названия к культурному контексту целевой аудитории.

Прагматические факторы: Цели рекламной кампании, особенности целевой аудитории (возраст, пол, интересы) и тенденции в киноиндустрии оказывают значительное влияние на выбор стратегии перевода и применение трансформаций. Как отмечал еще А.В. Федоров, “переводчик должен учитывать не только языковые, но и экстралингвистические факторы, определяющие специфику текста и его восприятие читателем” [4].

Заключение. Проведенное исследование, посвященное анализу семантических трансформаций при переводе наименований кинофильмов с английского и немецкого языков на русский, позволило достичь поставленной цели и решить сформулированные задачи. В рамках работы были выявлены и систематизированы основные типы семантических трансформаций, применяемых в процессе перевода, а также определены факторы, обусловливающие необходимость их использования.

Анализ эмпирического материала показал, что наиболее распространенными типами трансформаций являются генерализация, конкретизация, модуляция и замена. Генерализация и конкретизация используются для адаптации названия к лингвистическим и культурным особенностям русского языка, а также для упрощения или уточнения смысла. Модуляция применяется для создания более естественного и выразительного звучания, а также для передачи тонких оттенков значения. Замена, как наиболее радикальная трансформация, используется в тех случаях, когда прямой перевод невозможен или не соответствует целям рекламной кампании.

Исследование подтвердило, что выбор переводческой стратегии и применение конкретных трансформаций обусловлены комплексом факторов, включающих лингвистические, культурологические и прагматические аспекты. Лингвистические различия между языками, такие как грамматическая структура и лексический состав, требуют адаптации названия к нормам русского языка. Культурологические различия, связанные с особенностями восприятия мира и ценностями, требуют адаптации названия к культурному контексту целевой аудитории. Прагматические факторы, такие как цели рекламной кампании и особенности целевой аудитории, оказывают влияние на выбор стратегии перевода, направленной на создание привлекательного и запоминающегося названия.

В целом, исследование показало, что перевод наименований кинофильмов является сложным и многогранным процессом, требующим от переводчика не только лингвистической компетенции, но и глубокого знания культуры и прагматики. Успешный перевод названия должен быть адекватным, эквивалентным и соответствовать ожиданиям целевой аудитории.

Перспективы дальнейших исследований в данной области связаны с изучением влияния трансформаций на восприятие фильма зрителями, а также с разработкой автоматизированных систем перевода названий кинофильмов, учитывающих лингвистические, культурологические и прагматические факторы. Также представляет интерес сопоставительный анализ трансформаций, применяемых при переводе названий кинофильмов с других языков на русский.

Таким образом, данное исследование вносит определенный вклад в развитие теории перевода и может быть полезным для переводчиков, редакторов, маркетологов и всех, кто интересуется проблемами межкультурной коммуникации в сфере кинематографа.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бархударов Л. С. Язык и перевод: вопросы общей и частной теории перевода. - М.: Международные отношения, 1975. - 240 с.
2. Влахов С., Флорин С. Непереводимое в переводе. - М.: Международные отношения, 1980. – 352 с.
3. Комиссаров В. Н. Теория перевода (лингвистические аспекты). - М.: Высшая школа, 1990. – 253 с.
4. Виноградов В. С. Введение в переводоведение (общие и лексические вопросы). - М.: Издательство Института общего среднего образования РАО, 2001. - 224 с.
5. Garza B., Moulema J. Lost in translation: Film title translation and cultural adaptation // Perspectives: Studies in Translatology. - 2015. - Vol. 23, No. 3. - P. 442-457.
6. ВидеоГид(R) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.videoguide.ru
7. Википедия – свободная энциклопедия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: ru.wikipedia.org.
8. Всё о кино: Фильм.Ру [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.film.ru.

MEANING TRANSFORMATION WHEN TRANSLATING FILM TITLES FROM ENGLISH AND GERMAN INTO RUSSIAN.

Annotation. This paper is devoted to the study of transformations of meanings arising in the process of translating film titles from English and German into Russian. The paper provides a comparative analysis of translation solutions and identifies the main types of semantic changes that occur in the process of adapting film titles for Russian-speaking audiences. Particular attention is paid to the reasons behind the necessity of transformations, such as cultural differences, pragmatic factors and linguistic peculiarities of languages.

Keywords: film title, translation, transformation of meaning, semantics, comparative analysis, English, German, Russian.

K. A. Solodilova
Scientific adviser: J. N. Us, candidate of Philology
Donetsk State University
E-mail: ksenyas203@gmail.com

УДК 821.111

ДЖ.Б. ШОУ ПРОТИВ КУЛЬТА ШЕКСПИРА

Удовиченко Г.Р.
Научный руководитель: Теличко Т.Г., канд.филол.наук, доцент
ФГБОУ ВО «ДонГУ»

Аннотация. В статье рассматривается полемика Бернарда Шоу с культом Уильяма Шекспира, известным как «бардопоклонство». Анализируется, как Шоу, будучи значительным драматургом и критиком XX века, оспаривал чрезмерное восхваление Шекспира, полагая, что это препятствует развитию современного театра. Рассматриваются конкретные произведения Шоу, в которых он переосмысливает шекспировские сюжеты и образы, предлагая новые интерпретации, соответствующие современным социальным и политическим вопросам. Особое внимание уделено пьесам «Цезарь и Клеопатра», «Святая Иоанна», «Новое окончание “Цимбелина”», «Шекс против Шо», новелле «Тайна костюмерной», демонстрирующим критический подход Шоу к шекспировскому наследию и его стремление стимулировать дискуссию о роли классики в современном искусстве.
Ключевые слова: Шоу, Шекспир, шекспиросфера, диалог

Бернард Шоу, один из самых значительных драматургов и театральных критиков XX века, известен и как ключевая фигура в обсуждении наследия Уильяма Шекспира. Шоу не просто анализировал шекспировские пьесы, но и подвергал сомнению сам культ, сложившийся вокруг великого драматурга. Он считал, что идеализация Шекспира, как непогрешимого гения, затмевала важные социальные и политические вопросы, которые должны были быть отражены в театре. В своих статьях и пьесах он критиковал не только шекспировские сюжеты, но и подходы к их интерпретации на сцене, подчеркивая необходимость нового взгляда на драматургию. Его полемика с шекспировским наследием стала важным этапом в развитии английской драмы, открыв новые горизонты для последующих поколений драматургов.

В данной статье предпринята попытка рассмотреть своеобразие полемики Шоу с шекспировским театром, предстающей в контексте утверждения идей «новой драмы»; проанализировать основные аспекты критики Шоу культа Шекспира, способ критики, а также влияние, которое она оказала на восприятие Шекспира в искусстве театра начала XX века.

Для начала рассмотрим понятие «шекспиросфера», введенное Вал.А. Луковым и Вл.А. Луковым. В своей статье М.Г. Меркулова, ссылаясь на мнение ученых, отмечает, что шекспиросферу стоит понимать как обозначение, описание и анализ обширной области феноменов мировой культуры, национальных культур и субкультур, имеющих связь с личностью и творчеством Шекспира, включая как его культ, так и его отрицание [1].

Одним из важнейших компонентов шекспиросферы становится формирование культа Шекспира, против чего восставал Шоу. В своей статье «Лучше, чем Шекспир?» он писал о том, что подлинные ценители Шекспира (такие как Бен Джонсон и Фрэнк Хэррис) не воспринимали Шекспира как своего «идола», что также отмечает в своей статье М.Г. Меркулова [1]. Осознав, что культ Шекспира не дает драматургии «идти вперед», Шоу, противостоит этому культу на английской сцене на протяжении всей своей творческой деятельности и в различной художественной форме.

Начинает свою борьбу Шоу еще будучи сотрудником журнала «Saturday Review» с 1895 по 1898 гг. Уже в то время в своих рецензиях он призывал режиссеров и драматургов к отходу от шекспировских произведений. Это было связано с тем, что в поздневикторианский период английские театры в основном ставили либо пьесы Шекспира, либо французские мещанские драмы и комедии. Можно предположить, что преклонение перед Шекспиром являлось всего лишь прикрытием для «охранительно-консервативных тенденций» в театре. Поклонение можно назвать в некоторой степени мнимым, так как, несмотря на всю «любовь» к творчеству Шекспира, его пьесы сильно сокращали и

превращали в зрелищные представления для удовлетворения невзыскательных вкусов публики.

Кроме критических заметок и открытых высказываний Шоу, полемика с культом Шекспира велась и в его художественных произведениях, причем в различной форме. В драмах «Цезарь и Клеопатра» (1898), «Святая Иоанна» (1923) Шоу предлагает отличную от Шекспира интерпретацию исторических личностей и сюжетов; в новелле «Тайна костюмерной» (1910), пьесах «Смуглая леди сонетов» (1910) и «Шекс против Шо» (1949) вводится Шекспир в качестве литературного персонажа; в «Новом окончании “Цимбелина”» (1937)» Шоу предлагает новый финал пьесы Шекспира.

В предисловии к «Трём пьесам для пуритан» (1896-1899), в разделе «Лучше, чем Шекспир?», Шоу объясняет причину, по которой борется с культом Шекспира: идеи Шекспира, хоть и на момент их зарождения являлись прогрессивными, но в современности Шоу устарели. Данный тезис лучше всего иллюстрирует разница образов Цезаря в «Антонии и Клеопатре» Шекспира и Цезаря в «Цезаре и Клеопатре» Шоу: у Шоу главным образом отсутствует «романтическая идеализация» героя, что превращает его из «доблестного рыцаря» в «живого» человека. Шекспировский Цезарь является символом политической власти и холодного расчета, тогда как Цезарь Шоу представляет собой более человечного персонажа с глубокими размышлениями о жизни и любви. Эти различия отражают индивидуальные стили авторов и культурные контексты их произведений. С точки зрения Шоу его Цезарь, способный к анализу, в большей степени созвучен требованиям эпохи.

Разница интерпретаций исторических образов, обусловленная определенным историческим временем, характерна и для образа Жанны д`Арк в пьесе-хронике «Святая Иоанна», в которой автор изображает Жанну не как ведьму (как было в первой части «Генриха VI» Шекспира), а как деву-воительницу и национальную героиню. С другой стороны, Шоу отходит от традиционного изображения Жанны как святой или мученицы и создает многослойный образ, который включает в себя не только ее духовные качества, но и человеческие эмоции и сомнения. Жанна в интерпретации Шоу – это не просто святая, а также воительница и лидер, обладающая сильной волей и независимым мышлением. Она активно участвует в политических событиях своего времени, в дискуссиях, что делает ее образ более современным и близким к зрителю.

Еще одна форма художественной полемики с Шекспиром, на которую хотелось бы обратить внимание, – это переписывание финала «Цимбелина» Шекспира. После того, как в театре «Лицеум» Г. Ирвинга была поставлена пьеса «Цимбелин», Шоу написал рецензию «Порицание барда» (1896). В своей рецензии Шоу, хоть и не отрицал гениальности и мастерства Шекспира, но сделал множество резких высказываний о «Цимбелине»: «В большей части пьеса эта – глупая театральщина самого низкого мелодраматического пошиба, местами она отвратительно написана, а в целом банальна. Если же подойти к её замыслу с мерилом современных идей, то она вульгарна, оскорбительно глупа, непристойна и раздражает нестерпимо». Больше всего Шоу раскритиковал последний акт пьесы, который он переделал в последние годы своей писательской карьеры в «Новом окончании “Цимбелина”» [2].

Изначальным поводом для переписывания финала произведения Шекспира явилось предложение о возобновлении спектакля в Шекспировском мемориальном театре в Стратфорде-на-Эйвоне и необходимости адаптации трагикомедии к предпочтениям современной зрительской аудитории.

Отметим, что «единственным живым персонажем в последнем акте» Шоу считает Леоната Постума [3, с.275]. Именно по этой причине Шоу почти полностью сохраняет все его реплики, в том числе его монолог «Я сберегу тебя платок кровавый...». За основу пятого акта Шоу берет 89 изначальных реплик, а также не меняет антивоенный пафос финала пьесы, поскольку он сохранял свою актуальность перед началом Второй мировой войны.

Анализ адаптации Шоу позволяет подтвердить и слегка уточнить наблюдения, представленные в статье Аль-Гарзи Х.Х. «Бернард Шоу VS Уильям Шекспир» [4]:

1) В версии Шоу развязка стала проще, благодаря существенному сокращению. Из нее убраны длинные и неинтересные для современного зрителя элементы: сцена с призраками в тюрьме и пророчество о львенке. Сокращены и многочисленные узнавания, типичные для Шекспира.

2) Смещая акцент на сцену-дискуссию между Имогеной, Постумом и Якимо, Шоу подчеркивает эволюцию социального положения женщины. В то время как у Шекспира деспотичное поведение мужа и его право наказать жену за измену не оспариваются, Шоу вводит реплику Якимо, признающего, что насилие над женщиной является недостойным поступком, демонстрируя таким образом новые веяния в обществе.

3) Финальный аккорд пьесы, выполненный в традициях «новой драмы», представляет собой сцену разочарования Имогены. Она признается, что потеряла мужа, счастье и, что самое важное, веру в людей, что подчеркивает пессимистичный взгляд на человеческую природу, и в чем можно уловить переклички с «Кукольным домом» Ибсена.

Таким образом, можно сказать, что отношение Бернарда Шоу к пьесе «Цимбелин» отражает общую тенденцию его полемики с Шекспиром: от полярности оценок различных элементов пьесы до неудовлетворенности ее сценической реализацией. Размышления Шоу о «Цимбелине» нашли отражение в его критических работах, а кульминацией стало стремление переписать финал пьесы, чтобы соответствовать как эстетическим вкусам, так и социальным взглядам современной ему публики. Шоу видел будущее театра в преобладании мысли над чувством, выступая за социальные изменения и развитие общества через свои произведения.

Одной из самых интересных сторон полемики Шоу с Шекспиром явилось введение Шекспира в качестве действующего персонажа, литературного образа. В 1910 году Бернард Шоу по просьбе «Шекспировского общества» создает одноактную комедию «Смуглая леди сонетов», что ознаменовывает важный этап в его осмыслении творчества Шекспира. В своей статье М.Г. Меркулова пишет, что в пространном предисловии к пьесе Шоу обрушивается с критикой на интерпретаторов Шекспира, фокусируясь на биографе Фрэнке Харрисе, а не на безоговорочных поклонниках «барда». Такой выбор обусловлен близостью взглядов Шоу и Харриса на Шекспира, за исключением трактовки любовных переживаний Шекспира. В своей пьесе Шоу изображает Шекспира энергичным и жизнерадостным человеком, размышляющим и ведущим дискуссии, в отличие от печально-сентиментального образа, представленного Харрисом. Важно отметить, что это одна из первых пьес Шоу, где Шекспир становится действующим лицом. Его образ, а также отсылки к эпизодам его биографии встречаются и в других произведениях Шоу.

В этом же году выходит новелла «Тайна костюмерной», которая представляет собой остроумный и ироничный комментарий к культуре поклонения Шекспиру, в начале XX века достигшего своего апогея. В новелле Шоу использует комические элементы для критики не только самого шекспировского наследия, но и театрального искусства в целом. Шоу ставит под сомнение идеализированное восприятие Шекспира как непогрешимого гения. Через диалоги между актрисой, играющей леди Макбет, и бюстом Шекспира, автор высмеивает стереотипы о великом драматурге и показывает, как эти стереотипы могут мешать творческому процессу. Актриса выражает недовольство своим сценическим образом, что подчеркивает, насколько сложно современным артистам интерпретировать классические роли без оглядки на традиционные представления.

Шоу использует парадоксальные ситуации, чтобы показать абсурдность некоторых театральных традиций. Например, бюст Шекспира комментирует неудачи актрисы и ее попытки соответствовать ожиданиям зрителей, что вызывает у читателя улыбку и одновременно заставляет задуматься о природе искусства. Это создает эффект дистанции между классическим текстом и его современным восприятием. Мастерски используя

иронию для создания комических ситуаций, Шоу не только развлекает аудиторию, но и поднимает важные вопросы о творческой ответственности. Он демонстрирует, как культ Шекспира может ограничивать артистов в их стремлении к оригинальности и самовыражению. Вместо того, чтобы просто восхвалять классика, Шоу предлагает более глубокий анализ его работ и их влияния на современный театр.

Важно отметить, что в произведении разрушается бюст Шекспира. Бюст представляет собой материальное воплощение культа личности Шекспира. Его разрушение может быть интерпретировано как освобождение от идеализированного восприятия «великого барда». Шоу показывает, что поклонение Шекспиру как кумиру может подавлять индивидуальное творчество и самовыражение артистов. Это разрушение в метафорической форме выражает необходимость переосмысления его наследия и освобождения от догм, связанных с его именем.

Заключительным этапом полемики Бернарда Шоу с Шекспиром стала одноактная пьеса «Шекс против Шо», написанная в 1949 году в жанре кукольного фарса. Это произведение можно считать кульминацией его многолетней творческой дискуссии с шекспировским наследием, что заложено уже в самом названии пьесы. В предисловии автор объясняет, почему выбрал именно этот жанр: он получил предложение от мастера кукольного театра создать короткую сценку для двух марионеток, изображающих Шекспира и самого Шоу. Это вдохновило драматурга на создание произведения, в котором он также делится своими наблюдениями о специфике кукольного искусства. Шоу отмечает, что неподвижные лица кукол, сохраняющие постоянное выражение, стимулируют воображение зрителей сильнее, чем игра живых актеров. Кроме того, он подчеркивает эффект «чуда», который возникает при оживлении деревянных фигур [5, с. 571-572].

В финале предисловия к пьесе Шоу проводит параллель между собой и Шекспиром, намекая на возможность того, что он сам мог бы быть настоящим Шекспиром.

Спор между двумя выдающимися драматургами разворачивается в нескольких аспектах. Во-первых, называя свою пьесу «Дом, где разбиваются сердца» современным аналогом «Короля Лира», Б. Шоу с уверенностью указывает на свое положение среди английских драматургов. Обе пьесы исследуют разочарования и конфликты внутри семей, хотя в «Короле Лире» это связано с трагическими последствиями ошибок короля, а в «Доме, где разбиваются сердца» – с интеллектуальной критикой морального разложения и лицемерия. Однако они существенно различаются по стилю и жанру: «Король Лир» – это классическая трагедия, в то время как «Дом, где разбиваются сердца» – это интеллектуальная драма с сатирическим тоном. Несмотря на эти различия, обе пьесы затрагивают важные социальные и философские проблемы, что позволяет проводить сравнения в контексте их критики общества. Во-вторых, хотя на протяжении всей своей творческой карьеры он сопоставлял себя с У. Шекспиром, в конце жизни он все же признает превосходство последнего.

Пьеса существенно влияет на восприятие «конфликта» Шоу с культом Шекспира, представляя собой итог его многолетней полемики с идеализированным образом великого драматурга. В этом произведении Шоу использует кукольный фарс для ироничного сопоставления двух подходов к театру: шекспировского, основанного на столкновении страстей человеческих, и современного, нового, основанного на интеллектуальной дискуссии и столкновении идей, который пропагандирует сам Шоу. Он подчеркивает устаревшие элементы шекспировской драматургии, одновременно признавая величие поэта как мастера характеров, что позволяет ему критиковать не столько самого Шекспира, сколько его поклонников и современные интерпретации его работ. Таким образом, «Шекс против Шо» служит платформой для обсуждения актуальных тем и новых подходов в театре, делая акцент на необходимости переосмысления классического наследия в контексте современности.

Подводя итог, можно сказать, что Джордж Бернард Шоу, один из самых влиятельных драматургов и критиков своего времени, действительно является ключевой фигурой в переосмыслении наследия Уильяма Шекспира. Он не только анализировал шекспировские пьесы, но и активно боролся с культом Шекспира, который, по его мнению, сковывал развитие современной драмы и препятствовал появлению новых идей.

Полемика Шоу с Шекспиром проявлялась в различных формах: от критических рецензий на постановки, до создания собственных пьес, где он переосмысливал шекспировские сюжеты и образы, предлагая более современные и социально значимые интерпретации (например, «Цезарь и Клеопатра» и «Новое окончания “Цимбелина”»), а также вводя Шекспира в качестве действующего лица («Смуглая леди сонетов», «Тайна костюмерной»).

Вершиной этой полемики стала пьеса «Шекс против Шо», где два драматурга вступают в заочный спор, позволяя Шоу как выразить свои собственные достижения, так и признать величие Шекспира. Важно отметить, что Шоу не стремился уничтожить Шекспира, а призывал к критическому осмыслению его наследия, к преодолению слепого преклонения перед ним, чтобы освободить пространство для развития новых драматургических форм и идей, отвечающих насущной потребности в интеллектуальном осмыслении современной эпохи.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Меркулова М. Г. Роль Б. Шоу в становлении двухчастной модели национальной шекспиросферы // Вестник МГПУ. Серия: Филология. Теория языка. Языковое образование. 2015. №1 (17). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/rol-b-shou-v-stanovlenii-dvuhchastnoy-modeli-natsionalnoy-shekspirosfery (дата обращения: 17.02.2025).

2. Шоу, Дж. Б. Порицание барда / Шоу, Дж. Б. – Текст: непосредственный // Бернард Шоу О драме и театре / Сост. А. Аникст – Москва: Изд-во иностр, лит., 1963. С. 304-312.

3. Шоу Б. Новое окончание «Цимбелина»; пер. с англ. П. Мелковой // Шоу Б. Полное собрание пьес в шести томах. Т. 6. / Л.: Искусство, 1981. – С. 273 –292.

4. Аль-Гарзи Х.Х. Бернард Шоу vs Уильям Шекспир //Вестник Белорусского государственного педагогического ун-та. Серия1. Педагогика, Психология, Филология. – 2016 №1 (87). С.101-105. URL: https://elibrary.ru/item.asp?id=36816044 (дата обращения: 20.02.2025).

5. Шоу Б. Шекс против Шо; пер. с англ. А. Аникста // Шоу Б. Полное собрание пьес в шести томах. Т. 6. / Л.: Искусство, 1981. – С. 569 –577.

SHAW AGAINST THE CULT OF SHAKESPEARE

Annotation: The article examines the controversy between Bernard Shaw and the cult of William Shakespeare, known as "bardolatry". The article analyzes how Shaw, being a significant playwright and critic of the 20th century, disputed the excessive praise of Shakespeare, believing that this hindered the development of modern theater. Shaw's specific works are considered, in which he reinterprets Shakespearean plots and images, offering new interpretations appropriate to modern social and political issues. Special attention is paid to the plays «Caesar and Cleopatra», «Saint Joan», «Cymbeline Refinished» and «Shakes versus Shav», demonstrating Shaw's critical approach to Shakespeare's legacy and his desire to stimulate discussion about the role of classics in contemporary art.

Keywords: Shaw, Shakespeare, Shakespearean sphere, dialogue

Udovichenko G.R.
Scientific adviser: Telichko T.G., Ph.D., associate professor Donetsk State University
E-mail: tails03@mail.ru

УДК 811.112.2:81'34

РЕКУРРЕНТНЫЕ СТРУКТУРЫ КАК ОСНОВА ПОЭТИЧЕСКОГО ТЕКСТА: ТИПОЛОГИЯ И ФУНКЦИИ

Чернякова О.Д.
Научный руководитель: Усова Н.В., д-р филол. наук, доцент
ФГБОУ ВО «ДонГУ»

Аннотация. В данной работе рассматривается рекуррентность на всех уровнях языковой организации поэтического текста, а также её влияние на создание структуры стиха и смыслов в нём. Работа вносит вклад в изучение рекуррентности в поэзии, систематизируя существующие знания и предлагая новый взгляд на её роль в поэтическом произведении. Исследование проводится с использованием метода классификации и типологизации. В выводах представлена систематизация результатов исследования, демонстрирующая разнообразие функций рекуррентности на различных языковых уровнях.
Ключевые слова: рекуррентность, уровень языка, поэзия, фонетический повтор, синтаксический повтор

1. Вступление. Работа посвящена анализу различных видов рекуррентности в поэзии с целью выявления их роли в формировании смысла и структуры поэтического текста.

Актуальность работы обусловлена необходимостью более глубокого изучения рекуррентности, как важного механизма формирования текстовых структур и смыслов, на всех уровнях поэтических текстов. Несмотря на значительный интерес к рекуррентности в лингвистике, проблема ее роли в поэзии остается недостаточно изученной. Данное исследование направлено на восполнение этого пробела и предлагает глубже понять механизмы формирования многоуровневого поэтического текста. Предметом исследования является рекуррентность в поэтическом тексте, на примере баллады И.В. Гёте «Die Braut von Korinth» («Коринфская невеста») [14]. Объектом выступают разные уровни языка (фонологический, морфологический, лексематический, синтаксический) и их роль в создании рекуррентных структур в поэзии. Цель исследования заключается в подробном изучении и обобщении существующих представлений о рекуррентности, её функциях и роли в формировании структуры, смыслов и настроений поэтических произведений.

2. Основная часть.

2.1 Понятие "рекуррентность" является междисциплинарным и широко используется в таких областях знания как математика, биология, гуманитарные науки, такие как лингвистика, философия, социология, культурология, семиотика и современная теория коммуникации. В лингвистике исследователи, как правило, сходятся во мнении, что рекуррентность – это языковое явление, основанное на повторе языковых единиц. Она служит для создания связности и целостности текста. Однако существуют различные подходы к определению рекуррентности. Так, Н. А. Каньшина описывает рекуррентность как языковую категорию, реализуемую на всех уровнях языка посредством повтора [8, с. 91]. Е. Е. Иванов рассматривает явление как «фактическое» появление данной единицы более одного раза, ее многочисленную реализацию в речи, в строгом смысле слова «повторяемость» знака в некоторых стереотипных контекстах. При этом ученый подчёркивает частую отождествляемость рекуррентности имплицитно или эксплицитно с понятием воспроизводимости как основной формы существования компонентов языка [7, с. 158-159]. Н. Е. Лисичкина связывает рекуррентность со способностью языка порождать вложенные предложения и конструкции в процессе повторения элементов самоподобным образом [11, с. 79].

В поэзии, считает Р. О. Якобсон, художественная техника явнее всего проявляется на всех языковых уровнях через многократные повторы. Таким образом,

пространственные отношения пронизывают все уровни, и весь нарратив в целом может быть выстроен в соответствии с этими отношениями, основываясь на симметрии, нарастании, повторении, антитезе и других элементах [13, с. 84]. Устная народная поэзия широко использует повторение слов в разнообразных целях: замедление повествования, придание песенного характера сказу и др. [3, с. 48].

Некоторые авторы выделяют повторы как стилистический элемент, который отличает поэзию от прозы и градуируют их на метрические и эвфонические. К метрическим относят элементы, как стопа, стих, строфа, анакрузу и эпикрузу, тогда как к эвфоническим – рифмы, ассонансы, диссонансы, рефрен [1, с. 200].

Ученые-лингвисты сходятся во мнении, что дифференциация различных видов рекуррентности может реализовываться на разных уровнях языка, в различных формах и с различной коммуникативной целью. По признаку очевидности повтора языковых единиц различают эксплицитную и имплицитную рекуррентность. Под эксплицитной рекуррентностью понимается механизм повтора языковых единиц, реализуемый эксплицитно на разных уровнях структуры языка: фонологическом, морфологическом, лексематическом, а также синтаксическом [2, с. 13]. Считается, что при исследовании сложных предложений в первую очередь имеет смысл рассматривать лексические повторы слов, словосочетаний, отрезков текста, обеспечивающие структурную и смысловую организацию текста, и синтаксические повторы [11, с. 79].

2.2 Большинство исследователей указывают на то, что в поэтических текстах звуковое изображение создает эмоциональную тональность, подчеркивая его выразительный характер фонетически. При этом **фонологическая рекуррентность** может практически полностью подчинять себе структуру текста [2, с. 13]. Таким образом, при анализе поэтического текста важно акцентировать внимание на фонологических повторах как специфическом приеме в поэзии. Повторы, как отдельных звуков, так и слов, играют ключевую роль в инструментовке и других фонетических средствах. И.В. Арнольд отмечает, что фон текста создают выделяющиеся повторы на фоне общей фонетики, добавляя ритмическое звучание, которое становится более заметным при близком расположении повторов. Как в поэзии, так и в прозе можно наблюдать смежные звуковые повторы, формирующие эмоциональную выразительность. Некоторые авторы относят к инструментовке также явление парономазии, т.е. близости звучания контекстуально связанных слов [6, с. 275]. Звуковые повторы в поэтической речи подчеркивают ее эмоциональность, придавая большую «выпуклость» сходным фонетическим словам. Звукопись в поэтических произведениях может усиливать логические акценты в речи: фонетически подчеркнутые слова получают в тексте особый вес, – отмечает И.Б. Голуб [5, с. 133]. Именно в поэзии используются различные приемы усиления фонетической выразительности речи.

В. А. Кухаренко анализирует наиболее распространенные специфические техники звуковой инструментовки, среди которых наибольшее значение имеют аллитерация – повторение согласных, преимущественно в начальных позициях слов, и ассонанс – повторение схожих гласных, как правило, в ударных слогах [10, с. 6-13]. Оба приема могут создавать эффект эвфонии (ощущение легкости и комфорта при произнесении или слушании) или какофонии (ощущение напряжения, дискомфорта при произнесении или слушании), например: *Mi**ch** erhälst du ni**ch**t, du **g**ute Seele!; Und der alten **G**ötter bunt **G**ewimmel*; *B**i**n **i**ch, r**ie**f s**i**e aus, so fremd **i**m Hause; **E**h **e**r **e**s verlangt*.

К фонетическим повторам в поэзии также относится рифма, то есть идентичное или схожее звучание, как правило, включающее ударный слог и систематически повторяющееся в стихе, часто в конце. В плане метрики рифма связывает стихи и полустишия более тесно, чем с остальными, чем усиливает ощущение их взаимосвязи [4, с.16].

2.3 **Лексематическая рекуррентность** является важным элементом структурной

связанности текста и его смысловой организации, проявляясь в повторении слов или словосочетаний в тексте. Она может формировать композицию крупных фрагментов текста или всего произведения, подчеркивая ключевые концепции, сочетая «несопоставимое» с языковой точки зрения и создавая новые значения, так как одна и та же лексическая или семантическая единица, повторяясь, оказывается в другой структурной позиции и, таким образом, обретает новый смысл [2, с. 14]. Текст, как считает Н. А. Каньшина, представляет собой совокупность семантических полей, объединяющих лексические единицы различных частей речи, имеющих общий рекуррентный лексико-семантический компонент (РЛСК). РЛСК характеризуется многократным семантическим повторением значений лексических единиц, вовлеченных в формирование темы и смысловой структуры текста. Эти компоненты могут проявляться через одно- или разночастеречные лексические единицы, что позволяет варьировать и углублять смыслы, тем самым обогащая содержание художественного текста. Более того, выделяя конкретную семантическую реализацию набора лексических единиц, рекуррентный компонент способствует формированию актуального смысла и акцентирует внимание на наиболее важных деталях согласно замыслу автора. Пример из баллады «Die Braut von Korinth»:

***Horchet** an der Tür und **horchet** lange; **Sieht sie** – Gott! **Sie sieht** ihn eigen Kind.*

С помощью РЛСК автор может также передать дополнительные оценочные значения (например, иронические или сатирические). Рекуррентный лексико-семантический компонент формирует рекуррентные цепочки в художественном дискурсе, касающиеся определенных референтов, что способствует разнообразию лексики и смыслов содержания. Характерной особенностью реализации рекуррентного лексико-семантического компонента в художественном дискурсе является развитие смысла текста, а не простое повторение сведений. Ориентируясь на цепочку «объект/явление действительности – микротема/тема – актуальный смысл», рекуррентный лексико-семантический компонент обеспечивает динамичное развитие смысла, содействуя раскрытию художественного замысла автора [8, с. 91-93].

Синонимический повтор является специфическим видом лексематического повтора, использующим синонимы для выражения одной и той же идеи. Синонимы неизменно содержат как сходные, так и отличающиеся компоненты, будь то в предметно-логическом значении или в коннотациях. Поэтому синонимический повтор предоставляет более полное и комплексное освещение предмета [6, с. 147]. Например: *Euer Priester summende **Gesänge** / Und ihr **Segen** haben kein Gewicht.*

Эмоционально-художественная роль таких повторов связана с фольклорными традициями. Синонимический повтор глубоко укоренен в народном песенном творчестве. В ораторской речи он обычно выполняет функцию усиления и убеждения, в то время как в поэзии основная функция синонимических повторов заключается в детализации [3, с. 266-267].

2.4 **Морфологическая рекуррентность** эксплицируется в повторении морфологических компонентов различных частей речи, в основном однокоренных, а также в повторе любых элементов слова. Она может выполнять две функции в тексте: словообразовательную, когда повторяющиеся элементы участвуют в образовании слов, входя в одну словообразовательную парадигму, включая корневое слово и производные, и грамматическую, при которой осуществляется связность текста [2, с. 14-15]. Парономазия, как стилистический прием, основанный на звуковом сходстве слов, является одним из проявлений морфологической рекуррентности. Её суть заключается в намеренном сопоставлении слов, как родственных по морфологической структуре, так и случайно совпадающих по звуку [9, с. 75]. Примеры данного приема в балладе: ***Lang** und **lang**sam sich im Bett empor; **Sieh sie** an genau!*. Функционально парономазия может

использоваться как для усиления смысловой связи между словами, так и для создания контрастных эффектов, в зависимости от контекста.

2.5 **Синтаксическая рекуррентность** проявляется в повторе синтаксических конструкций и служит для связывающей функции внутри текста, часто обладая стилистическим значением. Исследователи подчеркивают, что эта рекуррентность способствует сравнению и одновременно противопоставлению отдельных частей текста, а также выделению и активизации структурно несовпадающих элементов [11, с. 79]. И.Р. Гальперин выделяет повтор слов, словосочетаний и полных предложений, которые находятся в начале отрезков речи (предложений, синтагм, речевых групп) [3, с. 259-260]. Такие повторы называются анафорой и часто используется в связующей, объединяющей функции, также как и повторы в конце предложений, абзацев и т. д. – эпифоры. Пример анафоры:

***Mit** des Mädchens eignem Schleierflor, **Mit** dem Teppich die Geliebte decken.*

Повтор может быть оформлен и таким образом, что повторяющееся слово, словосочетание или предложение находится и в начале, и в конце отрывка, образуя своеобразную рамку, он носит название кольцевого повтора. Среди других композиционных форм повторов стоит отметить анадиплосис (стык): слово, завершающее одно предложение или отрезок речи, повторяется в начале следующего, например: *Liebe, komm und **laß**, / **Laß** und sehn, wie froh die Götter sind.*

В поэтическом синтаксисе можно выделить еще один прием, связанный с повтором. В. М. Жирмунский акцентирует на важности рефрена, который сохранился во многих балладах и иногда носит неопределенный смысл, всего лишь действуя за счет своей звуковой выразительности, а иногда осмысленно подчеркивает общее лирическое настроение произведения [6, с. 97-98]. Согласно «Словарю литературных терминов», рефрен представляет собой повтор (иногда припев) одного или нескольких слов или строк и указывает на народное происхождение [12, с. 351].

Одна из форм повтора, относящаяся к синтаксическим, представляет собой так называемое тавтологическое подлежащее, когда подлежащее, выраженное существительным, повторяется местоимением. Такие повторы типизируют обычные синтаксические формы для возбужденной речи и воспроизводят традиции народного творчества [3, с. 270]. Примером данного приема являются следующие строки: *Vater, Töchter, nur **die Mutter** wacht / **Sie** empfängt den Gast mit bestem Willen.*

3. Выводы. В результате проведенного анализа теоретических работ по проблеме исследования можно сделать следующее заключение:

3.1 Рекуррентность, проявляющаяся на разных уровнях языковой организации, играет ключевую роль в формировании поэтического текста. Каждый уровень вносит свой уникальный вклад в создание художественного образа и выразительности произведения.

3.2 Фонологический уровень языка является одним из наиболее значимых для создания эмоциональной экспрессии в поэзии. Повторение звуков и ритмических структур, в основном реализуемое через такие приемы, как аллитерация и ассонанс, а также рифма, позволяет автору манипулировать восприятием читателя и достигать нужного эмоционального эффекта. Таким образом, фонологический уровень играет ключевую роль в создании эмоциональной окраски текста.

3.3 Повторение слов и словосочетаний в тексте служит важным структурным элементом на лексематическом уровне, обеспечивающим его целостность. Варьируя лексические и семантические повторы, автор создает сложные семантические связи между различными частями текста, подчеркивая ключевые идеи и образы.

3.4 Морфемная рекуррентность способствует формированию ассоциативных связей между лексическими единицами и либо создает целостную смысловую картину текста, либо усиливает уже имеющиеся в тексте контрасты. Активным приемом, основанном на рекуррентности на данном уровне, выступает парономазия.

3.5 Ключевыми функциями синтаксической рекуррентности являются создание ритма, усиление экспрессивности, а также акцентирование основных моментов содержания. К самым частым синтаксическим конструкциям относятся анафора, эпифора, кольцевой повтор, анадиплосис, рефрен и тавтологическое подлежащее.

3.6 Полученные результаты послужат теоретической базой для эмпирического исследования рекуррентности на материале немецко- и русскоязычной поэзии.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Арнольд И. В. Стилистика. Современный английский язык. Учебник для вузов / И. В. Арнольд. — 10-е изд., испр. и доп. — М., Флинта-Наука, 2010. – 382 с.
2. Белокопытова И.А. Рекуррентность как лингвокультурная категория (на материале русского и немецкого языков) // автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук / Адыг. гос. ун-т. Майкоп, 2010.
3. Гальперин И. Р. Очерки по стилистике английского языка. — М.: Издательство литературы на иностранных языках, 1958 – 458 с.
4. Гаспаров М. Л. Современный русский стих: Метрика и ритмика [Текст] / М. Л. Гаспаров. – М., 1974. – 493 с.
5. Голуб И. Б. «Стилистика русского языка» [Текст] / И. Б. Голуб. – Айрис-Пресс, 2010. – 314 с.
6. Жирмунский, В. М Английские и шотландские баллады [Текст] / ред. В.М. Жирмунский. – М.: Наука, 1973. – 163 с.
7. Иванов Е.Е. О рекуррентности афористических единиц в современном русском языке // Русистика. 2019. Т. 17. № 2. С. 157—170.
8. Каньшина Н.А. Проблемные аспекты рекуррентности в лингвистике (на материале французского художественного текста) // Весці БДПУ. Серыя 1. 2015. № 4. С. 64-67.
9. Крысин Л. П. Современный русский язык. Лексическая семантика. Лексикология. Фразеология. Лексикография [Текст]: учеб. пособие для студ. филол. фак. высш. учеб. заведений / Л. П. Крысин. – М.: Академия, 2007. – 240 с.
10. Кухаренко В. А. Практикум по стилистике английского языка. Seminars in Stylistics: учеб. пособие / В. А. Кухаренко. – М.: Флинта: Наука, 2009. – 184 с.
11. Лисичкина Н.Е. Явление лексической рекуррентности в сложных предложениях испанского языка // Романские языки в синхронии и диахронии. Межвузовский сборник научных трудов. Редколлегия Н.М. Васильева, И.В. Скуратов. Отв. редакторы И.В. Скуратов, Н.В. Полякова. Москва, 2017. С. 78-84.
12. Литературная энциклопедия. Словарь литературных терминов [Текст]: в 2 т. / под ред. Н. Бродского [и др.]. - Москва; Ленинград : Л. Д. Френкель, 1925. - Стб. 577-1198.
13. Якобсон Р.О. Лингвистика и поэтика // Структурализм: «за» и «против». М., 1975. – 30 с.
14. Projekt Gutenberg [Электронный ресурс]. URL: https://www.projekt-gutenberg.org/goethe/gedichte/index.html

RECURRENCE STRUCTURES AS THE BASIS OF POETIC TEXT: TYPOLOGY AND FUNCTIONS

Annotation. This paper considers recurrence at all levels of linguistic organisation of a poetic text, as well as its influence on the formation of structure and meanings in it. The work contributes to the study of recurrence in poetry, systematising the existing knowledge and offering a new perspective on its role in a poetic work. In the conclusions, a systematisation of the research results is presented, demonstrating the diversity of recurrence functions at different linguistic levels.
Keywords: recurrence, language level, poetry, phonetic repetition, syntactic repetition

Chernyakova O.D.
Scientific adviser: Usova N.V. Ph.S., associate professor
Donetsk State University
E-Mail: chernyakova2002@bk.ru

УДК 81’367.625:811.111’161.1

НЕМЕЦКИЕ МЕЖДОМЕТИЯ: СТРУКТУРА, ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ И ПЕРЕВОД

Шульга В.А.
Научный руководитель: Басыров Ш.Р., д-р филол.наук, профессор
ФГБОУ ВО «ДонГУ»

Аннотация. В статье производится анализ немецких междометий с точки зрения их структуры, семантики, функционирования и способов перевода на русский язык. Немецкие междометия исследуются с учетом их синтаксической сочетаемости и производности. Анализируемые языковые единицы обладают определенной формальной структурой и распадаются на простые, сложные и составные междометия. Способами образования междометий являются повтор, субстантивация, деривация.
Ключевые слова: междометие, структура, перевод, способ образования, контекст, продуктивность.

Междометие является частью речи, состоящей из неизменяемых слов и фраз, которые обычно не делятся на морфемы и употребляются в качестве односоставных предложений. Данные языковые единицы служат для передачи различных эмоций человека (радость, удивление, возмущение, раздражение, злость, боль, отвращение и недоумение и др.), ощущений и душевных состояний, часто не называя их непосредственно. Междометия тесно связаны со звукоподражанием и функционируют также как сигнальные слова, используемые для выражения желаний, требований и побуждения к определенному действию, а также для быстрого реагирования на происходящее. В современных исследованиях междометия рассматриваются как сочетания или комбинации слов, представляя собой отдельные и специализированные группы в языке [1; 4; 7].

Основная функция междометий заключается в эмоциональной передаче человеческого опыта, что обуславливает их неразрывную связь с контекстом употребления. Некоторые исследователи отмечают, что междометие не может быть включено в систему языка, так как представляет собой отдельную форму выражения, характеризующуюся аффективностью [1, с. 114]. Междометия обладают уникальными характеристиками, которые отличают их от морфологических частей речи, и эта категория формирует собственный тип слова как по структуре, так и по значению. Некоторые лингвисты не признавали междометия полноценными словами и частями речи. Так, А.А. Потебня отказывался признавать междометие как слово и не относил его к языковым единицам, поскольку оно воспринимается лишь через интонацию и передает исключительно эмоциональное состояние, оставаясь «совершенно незаметным для сознания говорящего» [10, с. 72]. Последователь теоретических взглядов А.А. Потебни Д.Н. Овсяников-Куликовский писал в этой связи следующее: «Междометие, как выражение чувства, а не мысли, не есть настоящая часть речи: в нем нет ни признака, ни грамматической формы. Его можно назвать фиктивною частью речи. В связи с этим оно и не входит в состав предложения, а стоит вне его» [8, с. 32]. По мнению данных исследователей, междометия обладают особым набором признаков, несравнимых со знаменательными частями речи и образуют особый структурно-семантический тип слов, отличающихся разнообразием своего употребления и богатством выразительных возможностей. И. Н. Кручинина отмечает, что «междометия не являются ни существительным, ни служебной частью речи» [6, с. 290]. Междометия отличаются от существительных тем, что они не обладают номинативной функцией, а от служебных слов тем, что не выполняют соединительной функции.

В этой связи обращает на себя классификация междометий, предложенная С. Карцевским [6]. В повседневной речи и в определённых коммуникативных ситуациях нередко употребляются междометия-восклицания. Автор выделяет два основных класса

междометий: 1) восклицания; 2) не-восклицания. При более детальном анализе второго класса становится очевидным, что общим свойством этих междометий является звукоподражательный характер. Их звуковая форма воспроизводит либо звуки животных, либо имитирует различные естественные звуки и шумы природы [6, с. 130]. Данный тип междометий встречаются в основном в сказках, например: *«Kikeriki!»* unsere goldene Jungfrau ist wieder hie! [3, с. 7] *Кукареку!* Наша золотая девушка вернулась! (здесь и далее перевод авторов статьи. – *Л. Ш., Е. А.*). В приведенном примере звукоподражательное слово «Kikeriki» имитирует звук петуха. Ср. другой пример: «Und die Täubchen nickten mit den Köpfchen und fingen an – *pick, pick, pick, pick*…» [3, с. 49]. И голуби кивали головами и начали – *пик, пик, пик*… В данном примере также воспроизводится звук голубя. Таким образом, здесь можно говорить об: 1) *ономатопеи (звукоподражании)* и 2) *не-ономатопеи* или *восклицания.* Восклицания можно рассматривать как преднамеренные человеческие «выкрики» [6, с. 130].

Для рассмотрения не-ономатопеи обратимся к роману Ремарка «Три товарища». Всё произведение наполнено междометиями разной стилистической окраски: «*Herrgott! Mein Gott! Ach wo. Doch. Doch-doch*» [11] *Господи Боже! Боже мой! О, где. Но. Но-но* и др. В данном романе часто встречаются междометия-приветствия и прощания, употребленные в различных формах: *«Salute!»* sagte jemand hier [там же] *Салют!* Кто-то сказал здесь; «*Servus,* Robert!» [там же] *Привет,* Роберт!; также сокращённые формы приветствия «*Salü!*» [там же] *Салют! Привет!* В ряде случаев употребляется междометие согласия («конечно») в различных формах, ср.: *Schön*! / *Das Schon* / *Gewiss* /*Natürlich*/ *Das ja*.

Рассмотрим структуру междометий. Как отметил А. И. Германович [4], междометия имеют свою специфическую морфологию, они подвержены влиянию грамматических категорий интеллектуальной речи [5, с. 746].

В русском языке междометия классифицируются по своему составу на три группы:

1) простые, состоящие из одной лексемы;

2) сложные, состоящие из двух корневых морфем;

3) составные, состоящие из двух и более лексических единиц.

Междометия-повторы (ну-ну, ха-ха-ха) представляют собой особый класс слов. Важно отметить, что некоторые междометия используются в удвоенной форме и не имеют аналогичного единичного варианта. Удвоение междометий разных типов выполняет различные функции. Например, императивные междометия, касающиеся животных, имеют удвоенные формы типа *гав-гав, мяу-мяу, му-му, ку-ку*. Эмоциональные междометия, относящиеся к человеку, удваиваются для того, чтобы выразить его переживания по поводу какого-либо события. Повтор может быть неполным: (ого-го, эге-ге) или может включать перестановки гласных и согласных в простых междометиях (эх-хе-хе, ахти-хти) [6, с. 75].

В немецком языке также существуют междометия-повторы, которые на письме обособляются запятой, а не дефисом типа *gut, gut!* [3, с. 56], *doch, doch*! [16], *Na, na*! *Heftig, heftig! Nanu*!

Другим способом образования междометий являются их субстантивация и деривация [4, с. 76]. Наиболее употребляемыми в русском языке являются субстантивированные междометия *ох! Ах*! Исследователь А.И. Германович, отмечает что «от корней *ох* и *ах* образуются субстантивированные существительные, прилагательные, глаголы, наречия или выражения, выступающие в качестве обстоятельств образа действия» [4, с. 77]. Толковый словарь русского языка [8] регистрирует немало глаголов, образованных от этих междометий (*охать, ахать, наахаться, отахаться, переахаться, поахать*), существительных (*ахальщик, аханье* и *оханье, охала, аханьки, ахаханьки, оханник*), прилагательных (*ахтительный* – восхитительный и *неахтительный, аховый*.)

Аналогичные образования встречаются в немецком языке и примеры их употребления в немецкой художественной литературе: «*Aha*, versetzt», sagt sie giftig [11]. / *«Ах-ха, передвинь, – сказала она ехидно»*; «*Aha*!» [там же]. / *«Понятно!»*; «*Ah*, so!» [там же]. / *«Ах,*

так!»; «*Ach*, nur so» [там же]. / *«Увы, только так»*; «*Ach*, sprach die Else: soll ich nicht weinen!» [3, с. 33]. / *«Аааx, сказала Эльза, я не должна плакать»*.

Встречаются дериваты, мотивированные немецким междометием *ach*: *ächzl* разг. ах! *ächzen* охать, стонать (от боли); *Ächzer* разг. вздох.

Ср. также в немецкой разговорной речи субстантивированное отмеждометное существительное в структуре выражения *mit* ***Ach*** *und Krach* фам. Едва-едва, кое-как, с грехом пополам

Что касается междометия *oh*, принадлежащему к тому же семантическому классу, что и междометие *ach*, то оно встречается в немецком языке реже: «*Oh*, meine Prinzessin!, rief er» [3, с. 42] *«Ох, моя принцесса, – закричал он»*; «*Oh*, was hast du für schöne rote Wangen!, sprach die Alte» [3, с. 60] *«Ох, что у тебя за красивые, розовые щёчки!»*.

В русском языке от междометий *ха-ха* или *хех, хе-хе* образованы следующие дериваты: *хохот, хихиканье, хохотать, хаханьки*. В немецком языке отмечено также междометие, но с иным значением: *hehe! hoho!*; «Natürlich! *Ha*!» [3, с. 91] *«Ха, да конечно!»*. Интересно, что в немецком разговорном языке имеется междометие *he* которое в составе выражения *ein bisschen* ***he*** *sein* (букв. быть немного а?), т.е. быть не в своем уме. Данное значение обычно употребляется в отношении пожилых людей, страдающих нарушением слуха и часто переспрашивающих собеседника (а? что ты сказал?)

В русском языке междометие *ну*! также получило широкое употребление. Как пишет А. И. Германович: «…в народном творчестве *нукать* используется для оценки поступков человека» [4, с. 81]. Ср. производные от него глаголы: *изнукать, вынукать, понукивать, нуканье, нутник, принука*.

В немецком языке ей соответствует междометие *na*: «*Na*, das ist nun eine Übertreibung» [11] *«Нуу, это только преувеличение»*; *«Na, na»*, sagte ich zweifelnd [там же]. *«Ну-ну, – сказал я расстроенно»*; «*Na*, also, warum denn nicht gleich» [там же]. *«Ну вот, почему же не равны?»*.

Проблема перевода междометий особенно актуальна. При их переводе необходимо, во-первых, точно передать значение междометий в тексте оригинала с учетом их использования в конкретной ситуации. Во-вторых, важно корректным образом передать междометия, которые заимствованы из языка оригинала средствами языка перевода (например: из английского – wow, hallo, bingo; из польского или русского – zapzarap). Кроме того, сложности перевода обуславливаются тем, что в двуязычных и даже в одноязычных словарях не всегда точно передается весь набор междометий и их значений (например, отсутствие в словарях междометий типа *lukiluki-klepsiklepsi, bingo, Mannomann, eiferbibsch*). Предлагаемые словарями переводные варианты далеко не всегда являются удовлетворительными или отражают все коммуникативные оттенки (например, *papperlapapp – та-та-та*!; *ерунда!, вздор*!; *Mann!, Mensch*! – (по)слушайте!; *Junge, Junge*! – ну и ну!, ну и дела!) [2, с. 485, 578, 591, 652]). Перевод междометий осложняется также тем, что они могут менять свое значение при заимствовании. Например, в немецком языке *русское междометие* «цап-царап» (zapzarap) употребляют для обозначения действия, соответствующего глаголам *stehlen/ klauen* воровать, красть Междометия, используемые в отдельных регионах Германии, часто не включаются в словари, например, саксонское *eiferbibsch*, выражающее удивление. Проблемы для переводчиков или изучающих русский язык могут представлять такие междометия, как «ёжкин кот», которые из-за недостатка фоновых (культурных) знаний у носителей немецкого языка могут вызвать неверные ассоциации и полное непонимание. Междометие «ёжкин кот» может быть ошибочно ассоциировано с Йошкой Фишером, бывшим министром иностранных дел Германии, и его питомцем из-за созвучия. К проблемам перевода междометий сегодня добавляется и проблема гендерного равенства, особенно в немецком обществе. Вопрос эмансипации женщин сегодня особенно актуален в Германии и сильно влияет на язык. Например, междометие «Mann!», выражающее недовольство мужчинами, вызывает у женщин реакцию

— «Frau!» — в духе современности. Это постепенно приводит к тому, что мужчина, выражая недовольство женщине «Mann!», добавляет затем «Frau!», где слово «Frau» формально не является междометием, но как бы уравнивает права полов (например: Mann! Frau! Laß mich doch einfach mal in Ruhe mit deinem Blödsinn!). Язык женщин более абстрактен, описателен и эмоционален, чем мужской [5, с. 483]. Женщины чаще используют междометия в своей речи по сравнению с мужчинами. В западном мире, где доминирует патриархат, современным женщинам, стремящимся к успеху как в карьере, так и в повседневной жизни, важно оживить свою речевую манеру. Поэтому, в их речи междометия играют особенную роль. Сегодня вопрос пола и языка становится все более актуальным. Тем не менее, необходимо помнить, что вопросы гендера тесно связаны с культурными, этническими, расовыми, религиозными и моральными аспектами. Переводчик обязан учитывать не только содержание и способ перевода междометий, но также и целевую аудиторию.

Итак, во всех языках междометие представляет собой многогранную языковую единицу, которая обладает своими структурными и функционально-семантическими свойствами, состоит из одной или нескольких синтагм, не выполняющих номинативную функцию, но передающих различные человеческие эмоции и волевые намерения. Эти особенности позволяют утверждать, что междометие является особой частью речи в современной системе языка.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бережная Л.Г. Интонация междометных высказываний в современном английском языке: автореф. дис.. канд. филол. наук: 10.02.04. Киев, 1972.- 25 с.
2. Большой немецко-русский словарь. М., 2006. – 350 с.
3. Гримм Я. Немецкие сказки. Deutsche Märchen. М.: АСТ, 2014. - 94 с.
4. Германович А. И. Междометия русского языка: пособие для учителя. К.: Радянська школа, 1966. - 171 с.
5. Земская Е. А. Язык как деятельность: Морфема. Слово. Речь. М., 2004. – 232 с.
6. Карцевский С. Введение в изучение междометий // Вопросы языкознания. 1984. № 6. С. 127-137.
7. Кручинина, И. Н. Из истории преподавания русского языка (Две статьи о школьной грамматике). М.: Планета, 2000. – 40 с.
8. Овсяников-Куликовский, Д.Н. Синтаксис русского языка. – М.: Соцэкгиз,1912. – 322 с.
9. Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка [Электронный ресурс]. URL: http://ozhegov.info/ slovar/
10. Потебня А.А. Мысль и язык. – Харьков: Мысль, 1913. – 392 с.
11. Remarque E. M. Drei Kameraden [Электронный ресурс]. URL: http://knigger.org/remarque/drei_kameraden/lang/de/

GERMAN INTERJECTIONS: STRUCTURE, FUNCTIONING AND TRANSLATION

Annotation. The article analyses German interjections from the point of view of their structure, semantics, functioning and ways of translation into Russian. German interjections are studied taking into account their syntactic combinability and derivability. The analysed linguistic units have a certain formal structure and are broken down into simple, complex and compound interjections. The ways of interjections formation are repetition, substantivation, derivation.
Key words: interjection, structure, translation, mode of formation, context, productivity.

Shulga V.A.
Scientific adviser: Basirov Sh.R., Ph.D., professor
State University
E-mail: shulgavaleree@yandex.ru

УДК 81’37’366.57:(811.112.2)

КУЛЬТУРНО-МАРКИРОВАННАЯ ЛЕКСИКА ШВЕЙЦАРСКОГО ВАРИАНТА НЕМЕЦКОГО ЯЗЫКА

Якушкина А.А.
Научный руководитель: Басыров Ш.Р., д-р филол. наук, профессор
ФГБОУ ВО «ДонГУ»

Аннотация. В статье исследуется культурно-маркированная лексика швейцарского варианта немецкого языка, отражающая уникальные особенности швейцарской культуры и идентичности, анализируются лексические единицы, связанные с традициями, бытом и специфическими реалиями Швейцарии, рассматриваются их функции в коммуникации и культурной репрезентации. Особое внимание уделяется влиянию многоязычия и многообразия региональных диалектов на формирование швейцарского немецкого.
Ключевые слова: культурно-маркированная лексика, швейцарский немецкий, реалии, репрезентация, лингвокультурология.

1. **Введение.** Швейцарский вариант немецкого языка представляет собой уникальное явление, сочетающее в себе элементы германской языковой группы и множество влияний из соседних языков и культур. Важную роль в этом контексте играет культурно-маркированная лексика, отражающая специфику швейцарской идентичности и традиций.

Изучение культурно-маркированной лексики швейцарского варианта немецкого языка становится особенно **актуальным** в свете глобализации, когда языковое разнообразие и культурные особенности того или иного языка требуют его защиты и сохранения**.** Изучение научных работ по исследуемой проблеме свидетельствует о неослабевающем интересе к изучению культурно-маркированной лексики. Так, Воронко Е.П. в своей диссертации затрагивает такие аспекты, как специфика лексики швейцарского варианта немецкого языка, акцентируя внимание на особенностях, связанных с национальной идентичностью и культурной средой Швейцарии [1]. Исследовательница Малхазова М.И. изучает лингвокультурологию как ключевое направление, подчеркивает взаимосвязь языка и культуры, что находит свое отражение в лексико-стилистических характеристиках слов [2]. В свою очередь, Подкин А.А. и Романенко О.В. концентрируют свое внимание на изучение лексических единиц, которые отражают влияние других языков и культурных традиций на швейцарский вариант немецкого языка, что делает восприятие «иноязычных гельветизмов» особенно актуальным для декодирования культурной динамики региона [3; 4]. Понимание этой лексики способствует более глубокому осмыслению швейцарской культуры и межкультурной коммуникации.

Цель настоящего исследования – показать, как феномен поликультурности реализуется в культурно-маркированной лексике швейцарского варианта немецкого языка.

Объектом исследования является культурно-маркированная лексика швейцарского варианта немецкого языка.

Предметом исследования выступает культурно-маркированная лексика, отражающая специфические швейцарские реалии, традиции и менталитет, а также ее функционирование в коммуникации.

Эмпирическим материалом послужили лексические единицы, отобранные из словарей швейцарского варианта немецкого языка, публицистических, рекламных, художественных текстов, а также теле-, радиопрограмм и видеороликов о культуре Швейцарии. Общий объем проанализированной лексики составляет 500 единиц.

2. Понятийный и терминологический аппарат исследования. Прежде чем перейти к изучению и анализу культурно-маркированной лексики, следует рассмотреть понятийный и терминологический аппарат исследования. С этой целью остановимся на ключевых понятиях работы: *лингвокультурология, культурно-маркированная лексика и реалии.*

Лингвокультурология – это отрасль лингвистики, возникшая на стыке лингвистики и культурологии и исследующая проявления культуры народа, которые отразились и закрепились в языке.

Известный лингвист Винокур Г.О. отмечает, что всякий языковед, изучающий язык данной культуры, сам становится исследователем той культуры, к продуктам, которой принадлежит избранный им язык [2, с.134].

Объектом лингвокультурологии является языковая (дискурсивная) функция языка, рассматриваемая с точки зрения ценностно-смыслового содержания. Лингвокультурология как научная дисциплина появилась во второй половине XX в. Если культурология исследует самосознание человека по отношению к природе, обществу, истории, искусству и другим сферам его социального и культурного бытия, а языкознание рассматривает мировоззрение, которое отображается и фиксируется в языке в виде ментальных моделей языковой картины мира, то лингвокультурология имеет своим предметом и язык, и культуру, находящиеся в диалоге, взаимодействии друг с другом [2, с.135].

Культурно-маркированная лексика — это совокупность лексических единиц, обозначающих понятия, характерные для определённой культуры и отражающих специфические черты данной языковой общности.

В современной лингвистике под культурно-маркированной лексикой понимают реалии, т.е. слова, обозначающие понятия и явления только одной культуры и народа, не существующие в другой культуре. К ним относится *фоновая лексика*, т.е. слова, обозначения которых есть в различных культурах, но национальный фон совпадает не точно, *коннотативная лексика*, т.е. слова, в которых, кроме предметно-понятийного значения, есть добавочное коннотативное значение. Данное значение выражает экспрессивное, оценочное, образное отношение говорящего к предмету речи). К реалиям относится также *безэквивалентная лексика*, т.е. лексические единицы (слова) и устойчивые словосочетания, которые не имеют ни полных, ни частичных эквивалентов среди лексических единиц другого языка [2, с.136].

В швейцарском варианте немецкого языка выявлены все три вида культурно-маркированной лексики. В центре данного исследования находится безэквивалентная лексика, к которой относятся слова- реалии.

3. Культурно-маркированная лексика швейцарского варианта немецкого языка. Лексика швейцарского варианта немецкого языка не только отражает национальную культуру страны, но и содержит элементы региональной культуры немецкоязычной Швейцарии, а также особенности отдельных кантонов, городов и общин. С другой стороны, она также отражает культуру альпийского региона Швейцарии и соседних стран. Таким образом, лексика этого языка является семантически разнообразной и отражает различные диатопические влияния.

Швейцария — многонациональная страна, где сосуществуют четыре лингвокультуры, что находит отражение в лексике языка. В процессе изучения безэквивалентной лексики было выявлено, что каждая местность обладает своими культурно-маркированными лексическими единицами, которые отражают исторические события, бытовые и культурные особенности.

Таким образом, можно выделить лексику с национально-, транснационально-, регионально- и (микро)локально-культурным компонентом семантики, а также

интернациональную лексику, которая отражает поликультурные реалии, т.е. объекты и явления, характерные для двух и более лингвокультур.

К лексике с национально-культурным компонентом относятся реалии, названия объектов и явлений, которые являются уникальными для каждой из четырех лингвокультур Швейцарии. Эти так называемые поликультурные реалии представляют собой те уникальные черты, которые делают каждую культуру особенной.

В немецкоязычном регионе Швейцарии обнаружены уникальные слова, которые отражают его самобытность. Например, *рёшти* (*Rösti*) и рёштиграбен (*Röstigraben*) — это названия блюд, которые являются частью швейцарской национальной кухни.

Рёшти — это классическое блюдо из тёртого картофеля, которое можно найти в кухне немецкой Швейцарии. Исторически рёшти были традиционным крестьянским завтраком в кантоне Берн. Это блюдо также известно среди романских народов под названием *pommes de terre fricassées*.

Другое блюдо - *рёштиграбен* (*Röstigraben*), которое буквально переводится как «ров рёшти». Данное наименование используется в немецкоязычных кантонах для обозначения границы между немецко- и франкоговорящими частями Швейцарии. Это название носит шутливый характер, но оно хорошо передаёт атмосферу и отражает культурные различия между двумя частями страны [1, с.97].

В тематической подгруппе «Музыка» также встречается много уникальных слов, среди которых выделяется лексема *йодль* (*Jodel*), которая называет вид пения, хорошо известный в Швейцарии, Австрии и Баварии.

Йодль представляет собой жанр народных песен, распространённый среди альпийских горцев в Австрии, Швейцарии и Баварии. Особенностью этих песен является рефрен в виде вокализации.

Лексико-тематическая подгруппа «Праздники и обычаи» включает в себя также уникальные реалии, которые являются неотъемлемой частью немецкоязычной лингвокультуры Швейцарии. Одним из таких праздников является *Зекселёйтен* (*Sechseläuten*) – праздник гильдий, который восходит к объединениям ремесленников, праобразам современных профсоюзов, существовавших в Швейцарии в XIII-XIV веках и дошедших до наших дней.

Хотя Зекселёйтен отмечается в кантоне Цюрих, на его празднование всегда приглашаются жители и других кантонов. Таким образом, реалия *зекселёйтен*, которая изначально была известна только в одном кантоне, постепенно стала частью лингвокультуры всего немецкоязычного региона Швейцарии [1, с.98].

К лексике с регионально-культурным компонентом также относятся названия популярных напитков в немецкоязычной Швейцарии, в частности *квёльфриш* (*Quöllfrisch*). Квёльфриш — это пиво, производимое в кантоне Аппенцелль, но ставшее известным во всей немецкой части страны. Культурный аспект этого напитка проявляется в рисунке его логотипа, который изображает мотивы из традиционной жизни швейцарских крестьян.

Ещё одним ярким примером лексики с регионально-культурным значением является карточная игра *ясс* (*Jass*/*Jassen*), которая очень популярна в немецкоязычной Швейцарии. Слова, связанные с этой игрой, образуют целое семейство однокоренных производных лексем: *jassen*— процесс игры, *Jasser/in* — игрок в ясс, *Jassteppich*— коврик для игры в ясс, *Jasstisch* — специальный стол для карточной игры, *Jassparty*— вечеринка, на которой играют в карты, *Jassabend* — вечер, проведённый за игрой в карты [1, с.99].

Некоторые слова, общие для отдельных немецко- и франкоязычных регионов Швейцарии и незнакомые всем жителям страны, связаны с хозяйственной деятельностью швейцарцев. Например, «альпийский сезон» (нем. *Alpsaison*, франц. *saison alpine*) — это время, когда альпийские фермеры выполняют тяжелую работу на

высокогорных пастбищах Альп. В этот период они занимаются благоустройством природы и производством сыра по старинным рецептам.

Широкую известность получил и швейцарский альпийский сыр (нем. *Alpkäse*, франц. *Alpkäse*), который стал символом альпийской культуры.

В целом, в лексике немецкоязычного региона наиболее ярко представлены слова-реалии тематических подгрупп «Культура проживания», «Культура питания», «Праздники и обычаи», «Политическая система». К лексике немецко- и франкоязычных регионов Швейцарии относятся тематические подгруппы «Культура ведения сельского хозяйства», «Климатические явления» и реалии социально-экономической сферы.

К локально-маркированной лексике, содержащей культурный компонент, относятся слова-реалии, которые отражают уникальные особенности культуры отдельного кантона, общины, города или деревни. Эти слова могут использоваться только в конкретной местности [1, с. 106].

Так, в кантоне Аппенцелль отмечено название подвески для мужской серьги (*аппенцелльская серьга*), выполненная в виде ложки (*Appenzeller Löffel/Ohreschuefle*), которая была традиционным украшением пастухов из этого региона.

Швейцарская кухня славится во всем мире своей выпечкой, особенно в немецкоязычных кантонах. Одним из таких примеров является медовое печенье из Цюриха, известное как *тирггель* (*Tirggel*). Это слово не только обозначает медовое печенье, но и несёт в себе локальный колорит, отражая культуру конкретной местности. Фигуры на этом печенье отражают культурные особенности Цюриха, например, достопримечательности города или семейные гербы. Таким образом, изображения на печенье являются интерпретацией локально-маркированного своеобразия лексики.

В каждой местности Швейцарии существуют уникальные традиции и обычаи проведения праздников. Именно в словах-реалиях, которые обозначают эти явления, можно увидеть факты локальной духовной культуры. Например, в прощеное воскресенье (*Fastensonntag*) в кантоне Базель-Ланд проходят шествия с факелами (*Chienbäse*), символизирующие «проводы зимы» [1, с.105].

Во время голосования, которое в Швейцарии называют *Mehren*, в Гларусе (населенный пункт на востоке Швейцарии) поднимают удостоверение на право голоса, известное как *Stimmausweis* или *Stimmrechtsausweis*. В кантоне Аппенцелль-Иннерроден голосование осуществляется поднятием руки, что называется *offene Handmehr*. Подсчёт голосов ведётся «на глаз», что исключает возможность подтасовок. Наряду с удостоверением на право голоса, в качестве доказательства можно продемонстрировать унаследованную шпагу, которая называется *Seitengewehr*.

Следует также упомянуть лексику, которая когда-то была характерна только для национальной культуры Швейцарии, но со временем стала интернациональной. К таким словам относятся интернационализмы типа мюсли (*Muesli)*, фондю (*Fondue*) и алкогольный напиток абсент (*Abcent*), а также известные швейцарские компании, такие как *Nestle*, *Nespresso*, *Lindt & Sprüngli (Lindt*) и *Rolex* [1, с.107].

Итак, лексика швейцарского варианта немецкого языка семантически разнообразна и включает в себя слова с национально-, транснационально-, регионально-, микролокальным и интернациональным культурным компонентом семантики. Анализ культурно-маркированной лексики показал, что наиболее значимым лексическим пластом швейцарского варианта немецкого языка является лексика с национально-культурным компонентом в структуре лексического значения, обозначающая общие для всех лингвокультур федерации реалии страны.

4. Ключевые концепты швейцарской немецкоязычной культуры и их лексическая репрезентация. В этом разделе рассматриваются основные понятия, отражающие уникальность швейцарского менталитета: концепты «горы», «свобода», «экология» и «национальный герой».

Одним из ключевых лингвокультурных концептов Швейцарии является концепт *Gebirge* (горы). Его главным именем является топоним *Alpen* (Альпы), который охватывает большую часть территории страны.

Альпы играют важнейшую роль в жизни швейцарцев — от повседневной реальности до экономического благополучия. В этом регионе существуют свои уникальные традиции, отличающие его от других территорий. Жители альпийских земель, их быт и кухня имеют свои особые названия.

В процессе изучения лексики, связанной с концептом «Альпы», было выявлено, что она является культурно-маркированной и содержит регионально-культурный компонент семантики. Среди этой лексики можно найти как слова-реалии, характерные исключительно для немецкоязычного региона Швейцарии (*Alphütte, Älplermagronen, Alpenbitter*), так и общие для немецко- и франкоязычных регионов (*Alpkäser, Alphorn*) [1, с.125-127].

В рамках данного исследования остановимся на анализе культурного концепта «Свобода», отраженный в лексике швейцарского варианта немецкого языка.

Символом свободы для швейцарской культуры является договор о нейтралитете, известный как *Rütlischwur*. Этот документ был подписан на лесной поляне *Rütliwiese* на берегу Фирвальдштетского озера 1 августа 1291 года тремя кантонами: Ури, Швиц и Унтервальден. С тех пор этот день отмечается в Швейцарии как День освобождения и независимости, известный как *Bundesfeiertag*, или *1. August-Feier*.

После подписания договора к трем кантонам присоединились другие, которые стремились к экономическим и политическим отношениям, сохраняя при этом свою автономию. До настоящего времени каждый кантон имеет свою конституцию и законы, что обеспечивает свободу от внешнего влияния.

Это историческое событие стало частью национальной легенды о Вильгельме Телле — талантливом стрелке, который боролся за свободу и независимость своей родины от захватчиков. Легенда о Вильгельме Телле, в свою очередь, стала неотъемлемой частью культуры Швейцарии.

Этот концепт отражается в лексике с национально-культурным компонентом: (*Bundesfeiertag, Rütlischwur, Willhelm Tell* и *die FDP*) и вербализует культурные особенности и восприятие свободы во всех лингвокультурах Швейцарии. Таким образом, отношение швейцарцев к свободе является единым для всех [1, с. 133-137].

Ключевой ценностью лингвокультурного концепта «экология / *Ökologie*» в швейцарской концептосфере является экоцентрическое сознание швейцарцев. Оно предполагает уважительное отношение к природе, а также активное участие в улучшении и сохранении её состояния.

Следует отметить, что лексика, отражающая концепт «экология / *Ökologie*», охватывает как общие для всех культур элементы («*Grüne Partei*», «*Abfallentsorung*»), так и уникальные выражения, присущие немецкоязычной части Швейцарии и отличающие её от других. Например, слова «*Abfallpolizei*» и «*Umweltunterricht*» подчеркивают строгие требования к сохранению окружающей среды в этой части страны [1, с.153].

Ярким примером формирования концепта национального героя служит образ Вильгельма Телля, который представлен в легендах и народных преданиях. Этот персонаж привнёс в мифологему национального героя такие положительные качества, как храбрость, патриотизм и борьба за свободу. В швейцарской легенде Вильгельм Телль описывается как талантливый стрелок, горец, который высоко ценил свободу и защищал независимость своей родины от врагов. Ради своей страны герой рисковал жизнью собственного сына.

Отметим, что концепт национального героя находит своё отражение в лексике с национально-культурным компонентом семантики (*Wilhelm Tell Käse, Tellenhut, Tellenbar, Schießsport*). Реалии, связанные с культурным наследием и литературой,

общие для всех лингвокультур Швейцарии, дают всестороннее описание этого концепта и свидетельствуют о том, что все швейцарцы гордятся своими национальными героями и чтят их память [1, с.155-158].

5. Выводы. В ходе исследования было обнаружено значительное количество культурно обусловленных единиц, которые являются уникальными для швейцарской языковой культуры. Лингвокультурные концепты («горы», «свобода», «экология» и «национальный герой») являются ключом к пониманию швейцарской культуры, и изучение культурно-маркированных единиц занимает центральное место в этом процессе.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Воронко Е.П. Лексика швейцарского варианта немецкого языка (лингвокультурологический аспект): дис. … канд. филол. наук: 10.02.04 / Воронко Екатерина Петровна; [Место защиты: ФГБОУ ВО «Московский педагогический университет]. – М., 2019. – 228 с.

Малхазова М. И. Лингвокультурология как самостоятельное направление лингвистики // Актуальные вопросы современной науки. 2015. №39. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/lingvokulturologiya-kak-samostoyatelnoe-napravlenie-lingvistiki (дата обращения: 18.12.2024).

Подкин А. А. Лексико-стилистические особенности национально маркированных наименований лица : на материале швейцарского варианта немецкого языка : диссертация ... кандидата филологических наук : 10.02.04 / Подкин Александр Анатольевич; [Место защиты: Моск. гос. ун-т им. М.В. Ломоносова. Филол. фак.]. – М., 2010. - 283 с.

Романенко О. В. Лингвистические особенности "иноязычных гельветизмов" швейцарского варианта немецкого языка : диссертация ... кандидата филологических наук : 10.02.04 / Романенко Олеся Викторовна; [Место защиты: Башкир. гос. ун-т].- Уфа, 2010.- 224 с.

CULTURALLY MARKED VOCABULARY OF THE SWISS GERMAN LANGUAGE

Abstract. The article examines the culturally marked vocabulary of the Swiss German language, reflecting the unique features of Swiss culture and identity, analyzes lexical units associated with traditions, everyday life and specific realities of Switzerland, considers their functions in communication and cultural representation. Particular attention is paid to the influence of multilingualism and the diversity of regional dialects on the formation of Swiss German.

Keywords: culturally marked vocabulary, Swiss German, realities, representation, linguaculturology.

Yakushkina A.A.
Scientific adviser: Basyrov Sh. R., doctor of philology, professor
Donetsk State University

НАУЧНОЕ ИЗДАНИЕ

Вестник студенческого научного общества
ГОУ ВПО «ДОННУ»
2025. – Вып. 17

Том 1

Социально-гуманитарные науки
(Филология)

Часть 2

Оригинал-макет подготовлен *А.А. Дегтярева*

Подписано в печать 17.04.2025
Формат 60×84/8. Бумага офисная.
Печать – цифровая. Усл.-печ. л. 25,07

Издательство ФГБОУ ВО «ДонГУ»
283001, г. Донецк, ул. Университетская, 24.
Свидетельство о внесении субъекта
издательской деятельности в Государственный реестр
серия ДК № 1854 от 24.06.2004 г.