



**Литературоведение, лингвистика и
межкультурная коммуникация:
актуальные вопросы теории и
практики**

Екатеринбург

**I Международная научно-практическая
конференция**

**СБОРНИК
НАУЧНЫХ
ТРУДОВ ПО
МАТЕРИАЛАМ
КОНФЕРЕНЦИИ**



978- 5-00-007535-8

**НАУЧНАЯ ОБЩЕСТВЕННАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ НАУКА**

**Литературоведение, лингвистика и
межкультурная коммуникация: актуальные
вопросы теории и практики**

Сборник научных трудов
по материалам I международной
научно-практической конференции

31 марта 2017 г.

www.scipro.ru
Екатеринбург, 2017

УДК 81
ББК 81

Главный редактор: Н.А. Краснова
Технический редактор: А.Д. Тихова

Литературоведение, лингвистика и межкультурная коммуникация: актуальные вопросы теории и практики: сборник научных трудов по материалам I Международной научно-практической конференции, 31 марта 2017 г. Екатеринбург: НОО «Профессиональная наука», 2017. 110 с.

ISBN 978- 5-00-007535-8

В сборнике научных трудов рассматриваются актуальные вопросы филологических наук, литературоведения, переводоведения, журналистики и межкультурной коммуникации по материалам научно-практической конференции **«Литературоведение, лингвистика и межкультурная коммуникация: актуальные вопросы теории и практики»** (31 марта 2017 г.).

Сборник предназначен для научных и педагогических работников, преподавателей, аспирантов, магистрантов и студентов с целью использования в научной работе и учебной деятельности.

Все включенные в сборник статьи прошли научное рецензирование и опубликованы в том виде, в котором они были представлены авторами. За содержание статей ответственность несут авторы.

Информация об опубликованных статьях предоставлена в систему Российского индекса научного цитирования – **РИНЦ** по договору No 2819-10/2015К от 14.10.2015 г.

Электронная версия сборника находится в свободном доступе на сайте www.scipro.ru.

УДК 81
ББК 81



978- 5-00-007535-8

© Редактор Н.А. Краснова, 2017

© Коллектив авторов, 2017

© НОО Профессиональная наука, 2017

СОДЕРЖАНИЕ

СЕКЦИЯ 1. ЛИТЕРАТУРА НАРОДОВ СТРАН ЗАРУБЕЖЬЯ.....	4
Саракаева Э. А., Лебедева И.В. Прецедентность в художественном творчестве Цао Цао	4
СЕКЦИЯ 2. ЖУРНАЛИСТИКА	14
Йылмаз М. Почему сложно понимать блоги носителей русского языка?	14
СЕКЦИЯ 3. РУССКИЙ ЯЗЫК.ЯЗЫКИ НАРОДОВ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ	19
Вагапова З. С. Лингвокреативность А. П. Чехова в использовании фразеологического фонда русского языка	19
Горбынко Е.Ю., Пантелеймонова Т. В. Анакреонтическая традиция в торжественной оде Г. Р. Державина (на примере стихотворения «Крестьянский праздник»)	24
Чалаева П.Ш. Влияние русского языка на лексику лакского языка	32
СЕКЦИЯ 4. ГЕРМАНСКИЕ ЯЗЫКИ	39
Денисова И.В. Гендерный аспект в английском художественном дискурсе	39
СЕКЦИЯ 5. РОМАНСКИЕ ЯЗЫКИ	46
Шугаева Е.А. Влияние теории высказывания Э. Бенвениста на особенности трактовки понятия речевого акта во французской лингвистике	46
СЕКЦИЯ 6. ПЕРЕВОД И ПЕРЕВОДОВЕДЕНИЕ	51
Джабраилова В.С., Безух А.Э. Лингвистический шок как фактор, ограничивающий функционирование текстов коммерческой рекламы при переводе	51
Мамедов А.Н. Аппозитивные словосочетания при переводе текстов печатной рекламы с немецкого языка на русский	58
СЕКЦИЯ 7. ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ	64
Novoseltseva L. From the conflict of cultures to the strategies of mutual understanding	64
Литвинчук И.Н. Восприятие и интерпретация текста как социально-речевого произведения в учебном дискурсе	71
Мирзоева Ф.Р. Языковая корректность в контексте межкультурной коммуникации.....	83
Персикова Т.Н. Трудности невербальной и паравербальной коммуникации при межкультурном общении.....	92
Поздеев И.М. Иностранные языки и глобализация	104

СЕКЦИЯ 1. ЛИТЕРАТУРА НАРОДОВ СТРАН ЗАРУБЕЖЬЯ

УДК 82

Саракаева Э. А., Лебедева И.В. Прецедентность в художественном творчестве Цао Цао

Precedence in creative works of Cao Cao

Саракаева Элина Алиевна, кандидат филологических наук
Хайнаньский государственный университет, г. Хайкоу, Китай

Лебедева Ирэна Валерьевна, кандидат социологических наук, доцент
Каспийский институт морского и речного транспорта, г. Астрахань, Россия

Sarakaeva Elina, PhD (Philology), Associate Professor
Hainan State University, China

Lebedeva Irena, PhD (Sociology), docent
Caspian Institute of Sea & River Transport, Astrakhan, Russia

Аннотация: В статье обсуждается прецедентность как одно из характерных черт художественного творчества выдающегося китайского полководца и поэта Цао Цао. Метод подсчета прямых и скрытых цитат и аллюзий в поэзии и прозаических произведениях Цао Цао позволяет составить представление о круге литературных источников, знакомство с которыми формирует мировоззрение Цао Цао. Особенный интерес представляет с нашей точки зрения образ идеального правителя в творчестве Цао Цао. Выстраивая свои тексты как некую гиперсеть источников, с отсылками и аллюзиями, древнекитайский автор с красноречивой точностью прорисовывает модель идеального правления. Высокая прецедентность его текстов является, как мы полагаем, одним из используемых им методов художественного воздействия на аудиторию.

Ключевые слова: Цао Цао, Сунь У, Сыма Цянь, прецедентность, образ идеального правителя

Abstract: The article discusses precedence as one of important stylistic devices that characterise the poetic works of the outstanding Chinese commander and poet Cao Cao. The method of calculation of the direct and hidden quotes and hints in poetry and prosaic works of Cao Cao reveals the circle of literary sources which formed Cao Cao's world outlook. Of special interest is the image of an ideal governor in Cao Cao's creative work. Organizing his texts as a certain hyper network of sources, with references and hints, the ancient Chinese author with an eloquent accuracy constructs a model of ideal rule. The high precedence of his texts is, as we believe, one of the methods of creating art impact employed by the poet.

Keywords: Cao Cao, Sun Wu, Sima Qian, precedence, the image of ideal ruler

В конце династии Восточная Хань, во второй половине второго века

нашей эры, Китай подошел к глубочайшему экономическому и социальному кризису. Цикл подъема, обеспеченного мощью ханьской государственности, сменился упадком. Внутренние и внешние войны разорили хозяйство Китая и обезлюдили страну, за столетие численность населения сократилась с 50—60 до 16—17 млн. Пришла в упадок ирригационная система, один за другим следовали голод и засухи, в связи с уменьшением площади обрабатываемых земель и запустением сел резко сократилось общественное производство [1].

На фоне разразившегося кризиса в стране развернулась острая политическая борьба между отдельными лицами и целыми группировками. На передний план выдвинулись новые лидеры, среди которых наиболее влиятельным стал один из представителей местной элиты **Цао Цао** (155—220). Усмиритель восстания «желтых повязок», талантливый полководец и искусный дипломат Цао Цао в 216 г. объединил под своей властью северную часть бывшей империи в бассейнах рек Хуанхэ и Хуайхэ. Он способствовал возвращению императора в столичный город Лоян и тем самым стал опорой трона. Вскоре именно Цао Цао, державший императора под жестким контролем, сумел одержать победу над соперниками. При этом он умело использовал свое выгодное политическое лицо защитника и спасителя империи и ее символа, императора. Добившись фактического положения диктатора на рубеже II—III вв., Цао Цао достаточно долго управлял агонизировавшей империей.

Умелый политик и высоко образованный интеллект, вышедший из конфуцианской элиты, Цао Цао искусно заигрывал с учеными, используя их авторитет, поддерживал традиции «чистых бесед», собрал вокруг себя и своих сыновей блестящее талантами литературное окружение, привлекал к управлению страной выдающиеся умы империи.

Один из самых ярких поэтов своего времени, Цао Цао отражал в

литературных произведениях свои душевные переживания и размышления на социально-политические темы. Ключевой темой его творчества становится образ **идеального правителя**. С юности напряженно размышляя о том, каким должен быть правитель чтобы спасти гибнущую на глазах державу, Цао Цао посвятил свой литературный талант моделированию этого важнейшего для всей своей духовной и практической жизни образа, и сам перед собой поставил задачу всю жизнь следовать им же созданному идеалу.

Цао Цао писал стихи и прозу и конструировал в них свою идеологию в переходное время в истории китайской культуры, в один из очень немногочисленных периодов, когда старая догма отмирала, а новая еще не пришла ей на смену. Это был период неустойчивости – и в тоже время творческой свободы и выхода за рамки традиций, период, когда общество находилось в таком судорожном поиске новой национальной идеи, что все, сказанное и сделанное в эту эпоху, попадало почти прямиком в каноны культуры.

Цао Цао получил классическое конфуцианское образование, которое сам значительно расширил, увлеченно читая книги по истории и военному делу. В возрасте 20 лет он окончил высшее учебное заведение страны – столичную академию, в которой, впрочем, учился плохо, нисколько не интересуясь мертвой схоластикой, в которую выродилось преподавание конфуцианской философии. С юности увлекаясь историей и политикой, Цао Цао самостоятельно изучил все известные тому времени исторические источники и принял неожиданное для традиций его семьи решение вступить на военное поприще. Он стал учиться фехтованию, верховой езде, стрельбе из лука, а также изучать военные трактаты, и в первую очередь «Биньфа» («Искусство войны»), книгу, имевшую огромное значение для формирования как его идейных взглядов, так и его стиля ведения военных компаний [3].

О том, какие именно труды китайских писателей повлияли на формирование мировоззрения Цао Цао может свидетельствовать статистический подсчет цитируемых им источников. Чжан Чжэньлун в статье «Ссылки и цитации в прозе Цао Цао» приводит следующие данные:

«Если посмотреть на все четыре раздела литературы в классической библиографии - «каноны», «историки», «мыслители», «собрания поэзии и прозы» - то Цао Цао цитирует каноны 58 раз, исторические сочинения - 87 раз, труды философов - 11 раз, собрания поэзии и художественной прозы - 1 раз» [4, с. 169].

Для наглядности мы составили таблицу используемых в прозаических работах Цао Цао ссылок и цитат, снабдив ее переводами названий на русский язык и добавив сведения об авторах цитируемых источников.

КНИГА	АВТОР	КОЛИЧЕСТВО ЦИТАТ
«Исторические записки» 《史记》	Сыма Цянь	65
«Беседы и суждения» («Луньюй») 《论语》	Конфуций	21
«Книга песен» 《诗经》	Народное творчество, в редакции Конфуция	12
«Весны и осени господина Цзо» 《左传》	Цзо Цюмин	11
«История Восточной Хань» 《东汉史实》	Разные авторы	10
«Хроника династии Хань» 《汉书》	Бан Гу	8
Трактат Пятикнижия «Шуцзин» 《尚书大传》	Фу Шэн	5
«Весны и осени Гуньяна» 《公羊传》	Гуньян Гао	4
«Книга Перемен» 《周易》	приписывается чжоускому Вэнь-вану	4

	Цзи Чану	
«Дао-де-цзин» 《道德经》	Лао-цзы	2
«Стратегии борющихся царств» 《战国策》	Автор неизвестен, редактор Лю Сян	2
«Искусство полководца» 《司马法》	Тянь Жанцзю	2
«Рассказы о выдающихся женщинах» 《列女传》	Автор неизвестен, редактор Лю Сян	2
«Сад историй» 《说苑》	Автор неизвестен, редактор Лю Сян	1
«Книга Хань Фэя» 《韩非子》	Хань Фэй	1
«Книга Мэн-цзы» 《孟子》	Мэн-цзы	1
«Гуань-цзы» 《管子》	Автор неизвестен, редактор Лю Сян	1
«Весны и осени господина Люя» 《吕氏春秋》	Коллектив авторов под редакцией Люй Бувей	1
«Трактат мудреца из Хуайнани» 《淮南子》	Лю Ань-цзы	1
«Искусство войны Сунь-цзы» 《孙子兵法》	Сунь У	1
«Ритуалы династии Чжоу» 《周礼》	Приписывается князю Чжоу-гун Дану	1
«Чусские песни» 《楚辞》	Цюй Юань	1
ИТОГО		157

Список показывает широкую эрудицию Цао Цао, его близкое знакомство с трудами мыслителей и писателей, работавших в области философии, военного дела, литературы, истории. При этом наиболее часто Цао Цао цитирует три источника: «Исторические записки» Сыма Цяня, «Беседы и суждения» Конфуция и антологию древнекитайской поэзии «Книгу Песен», при этом количество цитат

и ссылок на Сыма Цяня составляет больше 41 % от общего количества ссылок.

О влиянии трудов Сыма Цяня на формирование представлений Цао Цао о характере идеального правителя можно судить не только по огромному количеству прямых или косвенных цитат из «Исторических записок» в его художественном творчестве. Очень важным нам представляется тот факт, что в рисуемой Цао Цао презентации идеального правителя и отчасти – в самопрезентации – отчетливо проступают черты, обрисованные Сыма Цянем, и в первую очередь – образ лучшего из лучших, парадигмы добродетельного правителя, ханьского Вэнь-ди. Так же как Сыма Цянь, Цао Цао требует от правителя:

1) личной скромности:

«В настоящее время мой земельный надел состоит из четырех уделов с кормлением от тридцати тысяч дворов, что я такого сделал, чтобы заслужить столь большую награду?» [6, с. 49];

*«Государь позволил ему приносить жертвы рядом с собою,
не совершать перед ним поклоны*

*Но он не посмел принять этой чести,
выражая почтение государевой власти» [7, с.72]*

2) чувства ответственности за свои дела правления:

«После того как я взял на себя огромную ответственность верховной власти, я часто беспокоюсь о том, как бы не совершить промах» [5, с. 282]
(«Приказ об искренних речах»).

3) умеренности и бережливости в повседневной жизни:

*«Шунь сменил утварь с деревянной на лаковую
и десять царств подняли мятеж.*

Не таков был танский Яо, что не обтесывал стропила в жилище

Роскошь –худший грех, бережливость – лучшее из достоинств» [8, с. 11]

(«Прохожу у горы Гуаншань»).

4) умения выслушивать и принимать советы:

«На протяжении этих нескольких лет неужто я совершал такую ошибку – не принимал хороших советов, не достаточно искал их сам?» [5, с. 286]

(«Приказ об искренних речах»)

5) эмоционально переживаемой любви к народу и заботе о нем:

«Каковы же потомки!

Изменили снисходительные законы

Изнуряют народ ради правителя,

возложили на него тяжкие подати!» [8, с. 11] («Прохожу у горы Гуаншань»).

«Наш прародитель Гу-гун Дан правил гуманно, являл народу милость

Совершенствовал истинный Путь мудрый князь царства Бинь» [8, с. 14]

(«О, как прекрасно! Ода первая»)

«Учтиво обращаться с простым народом,

При приходе достойного гостя спешить ему навстречу, отложив дела – этим не следует пренебрегать» [8, с. 18] («Утреннее солнце»).

Примечательно, что текст «Завещания» Цао Цао имеет ряд текстуальных совпадений с «Завещанием» Вэнь-ди как оно изложено у Сыма Цяня.

Вэнь-ди:

«Ныне, после нашей смерти, если принудить людей соблюдать длительный траур, подолгу плакать у гроба, они несколько лет будут страдать

от холода и жары, в сердцах отцов и сыновей воцарится печаль, нарушатся желания старших и младших, они будут ограничены в еде и питье, прервутся их жертвы и подношения злым и добрым духам, что еще более усугубит наши несовершенства. Что Мы скажем тогда Поднебесной? Настоящим приказываем: всем чиновникам и народу Поднебесной, когда эдикт о Нашей кончине дойдет до них, оплакивать Нас три дня, после чего снять траурные одежды. Не следует запрещать женитьбу сыновей и замужество дочерей, принесение жертв, питье вина и употребление мяса. Принимающие участие в траурной службе по государю не должны обрезать одежд» [2, с. 238-239].

Цао Цао:

«В Поднебесной по прежнему не спокойно, поэтому не следует соблюдать старинные похоронные обряды.

После моей смерти ни в коем случае не следует прерывать важные государственные дела. Служащим во дворце гражданским чиновникам через пятнадцать дней прекратить траур, после похорон сразу снять траурное платье. Военным командирам и служащим на границах ни в коем случае не покидать свои войсковые части. Всем начальствующим продолжать выполнять свои обязанности. После смерти похороните меня на холме к западу от города Е, неподалеку от могилы Симынь Бао. В могилу не класть золото, серебро, яшму, жемчуг и прочее» [5, с. 365].

Эти текстовые и смысловые совпадения объясняются не сознательным цитированием, но сходством жизненных позиций авторов, а также глубоким знакомством Цао Цао с текстами «Исторических записок» и активным принятием обозначенной там модели.

Проделанный нами анализ позволяет говорить о прецедентности и интертекстуальности в художественном творчестве Цао Цао как о сознательно

используемом средстве воздействия. С одной стороны, такого рода интертекстуальные связи вообще характерны для китайской художественной прозы. С другой стороны, сам поэт искусно использует и усиливает этот прием, чтобы донести до читателя свои излюбленные идеи, опираясь на авторитет цитируемых авторов.

Выстраивая свои тексты как некую гиперсеть источников, с отсылками и аллюзиями, древнекитайский автор с красноречивой точностью обозначает модель идеального правления и рисует образ идеального правителя – тот идеал к которому сам Цао Цао всю жизнь стремился в своей государственной деятельности.

Библиографический список

1. Васильев Л.С., Лапина З.Г., Меликсетов А.В. и др. История Китая. Под ред. А.В.Меликсетова. – М.: Изд-во МГУ, 2003.
2. Сыма Цянь. Исторические записки. Т.2 -М.: Восточная литература, 2003.
3. De Crespigny Ralf. Man from the Margin: Cao Cao and the Three Kingdoms. The Fifty-first George Ernest Morrison Lecture in Ethnology. Faculty of Asian Studies, Australian National University, 1990.
4. 张振龙. 曹操散文中的词典和事典//中州学刊, № 1, 2012-01, 169-173 (Чжан Чжэньлун. Ссылки и цитации в прозе Цао Цао.// Академический журнал Чжунчжоу, № 1, январь 2012. С 169-173).
5. 张亚新. 曹操：一世之雄。-郑州：中州古籍出版社，2011 (Чжан Ясинь. Цао Цао: герой эпохи. –Чженчжоу: Чжунчжоусское издательство Древней Литературы, 2011)

6. 曹操. 让县自明本志令//三曹. –北京:中华书局, 2010 (Цао Цао. Декрет об отказе от фьофа. // Три Цао. – Пекин: Изд-во Китайский книжный дом, 2010)
7. 曹操集 –北京:中华书局, 2010 (Цао Цао. Собрание сочинений. – Пекин: Изд-во Китайский книжный дом, 2010)
8. 曹操.诗 //三曹. –北京:中华书局, 2010 (Цао Цао. Поэзия. // Три Цао. – Пекин: Изд-во Китайский книжный дом, 2010)

СЕКЦИЯ 2. ЖУРНАЛИСТИКА

УДК 811.161.1

Йылмаз М. Почему сложно понимать блоги носителей русского языка?

Why is it difficult to understand the blogs belonging to native russian language speakers?

Йылмаз Мехтап,
Аспирантка кафедры русского языка, филологического факультета
Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова
Mehtap Yilmaz,
Post-graduate student of the Department for the Russian language of
Philological Faculty, Lomonosov Moscow State University

Аннотация: В данной статье рассматриваются сложности интернет-языка в блогосфере для иностранцев.

Ключевые слова; интернет-язык, блогосфера, орфографические ошибки,

Abstract: The article is devoted to study of complexity of internet language in Russian blogs for foreigners.

Keywords: internet language, internet blog posts, misspelling.

Почему сложно понимать блоги носителей русского языка

Каждый третий житель России использует интернет. От 5 до 15% русских выходят в сеть каждый день¹. Сегодня благодаря распространению ПК и смартфонов интернет стал поистине всемирной паутиной, окутывающей нашу жизнь. Несмотря на то, что интернет изобретался в первую очередь для хранения и доступа к информации, сегодня ведущей функцией виртуального пространства стала коммуникация – общение людей друг с другом [2].

Отсутствие редакторов и цензоров на просторах интернета позволяет

¹ Всероссийский центр изучения общественного мнения: <http://www.wciom.ru>.

людям чувствовать себя свободно, что выражается в наличии ошибок, которые создают трудности понимания текстов не-носителями языка. Изучающие грамотный русский язык по учебникам нередко находят сложным чтение интернет-текстов в блогах и социальных сетях.

Как пишет Эллен Руттен блог, «популярный инструмент новых медиа, является мощным средством прежде всего речевого самовыражения» [1]. Здесь широко используются различные виды языковой игры, уже распространенные упрощения, специфические графические символы. Кроме того, речь в определенной степени спонтанна (особенно в комментариях) и «отвечает многим тенденциям устного модуса» [1]. Все это порождает проблемы понимания для не-носителей.

Мы решили проанализировать несколько текстов из блогов (посты и комментарии), чтобы понять, с какими трудностями могут столкнуться иностранцы, изучающие русский язык, при чтении русскоязычного интернета. Какие же основные вещи нужно знать, чтобы понимать язык русскоговорящего интернета?

Для того, чтобы ответить на этот вопрос, мы проанализировали 11 постов и 15 комментариев одного babyblog.ru. Этот ресурс был выбран нами в рамках написания обширной работы в русле гендерных лингвистических исследований.

Мы искали и анализировали случаи, когда понимание текста затруднено из-за особенностей использования языка авторами постов и комментариев. Это могли быть орфографические ошибки, использование специальных слов, не отраженных в словаре, а также неологизмы и автоисправления.

Самой распространенной ошибкой являются банальные опечатки:

1. когда при печати палец попадает на соседнюю клавишу (на реальной или виртуальной клавиатуре) вместо нужной: например, «вснгда» (вместо всегда),

«*плого*» (вместо плохо), «*умотвить*» (вместо умотать), «*вырубмлась*» (вместо вырубилась), «*уверятт*» (вместо уверять) и т.д.

2. когда недопечатываются какие-либо буквы: например, «*засунут*» (вместо засунуть), «*просыпалас*» (вместо просыпалась), «*он*» (вместо она), «*мжет*» (вместо может), «*кода*» (вместо когда), «*ак*» (вместо так) и т. д.

3. когда буквы напечатаны в неправильном порядке: например, «*туаетла*» (вместо туалета), «*охренчаить*» (вместо охреначить).

В случае опечаток для упрощения понимания текста нужно иметь в виду следующее:

1. опечатки встречаются часто. Если вы не можете найти какое-то слово в словаре, скорее всего оно написано неправильно.

2. иногда вместо нужной буквы печатается соседняя буква (обычно это буква, находящаяся на клавиатуре справа или слева от нужной).

3. в большинстве случаев можно догадаться, какое слово, похожее на написанное, имелось в виду, опираясь на смысл всего предложения.

Второй большой группой ошибок являются слова, написание которых упрощено по произношению. При этом обычно слова сильно сокращаются: например, «*щас / ща / сча*» (вместо сейчас), «*тока*» (вместо только), «*выхи*» (вместо выходные), «*оч / очч / оооч*» (вместо очень), «*какой-нить*» (вместо какой-нибудь), «*чес*» (вместо честное в словосочетании «честное слово») т.д.

Список этих слов открытый, но достаточно короткий. Значение некоторых из них можно найти в интернете (например, слово «*ща*» есть в словаре русского Агро [4], а слово «*выхи*» есть в словаре бизнес сленга [5], о значении других можно лишь догадаться, опираясь на понимание редукции и ассимиляции в языке, или попытавшись достроить слово.

Отдельной сложностью для понимания обладает игра слов, например,

образование неологизмов. Нам встретился всего один пример: «*жирнючее*» в значении «очень жирное». Такие случаи относительно просты для понимания, так как неологизмы, как правило, образуются по работающим моделям языка, а также обусловлены контекстом. Поэтому для понимания неологизма важным является осознание того, что это неологизм.

Отдельным сложным моментом являются авто-исправления в электронных устройствах (например, словари Т9 в смартфонах): «*мот*» (вместо может), «*по лежать*» (вместо полежать), «*по сидеть*» (вместо посидеть), «*по сидишь*» (вместо посидишь), «*решительно стиль*» (вместо решительности). Часть из них очевидна, как, например, «*по сидеть*» вместо «посидеть», однако другие очень сложны для понимания даже для носителей языка, как в случае с «*решительно стиль*» вместо «решительности». Опять же основным ключом к осмыслению авто-исправлений является понимание возможности встретить авто-исправления.

Неграмотность интернет-текстов – существующая реальность, и сталкиваясь с неотредактируемыми ресурсами интернета, нужно быть готовым к тому, что неизбежно встретятся опечатки, упрощения по произношению, неологизмы и авто-исправления. В большинстве случаев осознание самого факта, что перед вами опечатка или авто-исправление, позволяет упростить понимание интернет-текста.

Грамотный литературный язык не является центром внимания в блогах [1], поэтому обучение упрощённому интернет-языку с его ошибками и опечатками важно при изучении русского языка как иностранного, а поднятая нами тема нуждается в детальной проработке.

Библиографический список

1. Русский язык и новые технологии /коллективная монография; сост. Г. Ч. Гусейнов; под ред. М. В. Ахметовой, В. И. Беликова. – М.: Новое литературное обозрение, 2014. –256 с.
2. *Иванов В.Е.* (2000) интернет в формировании диалогического пространства в социокультурной среде // Мир психологии, No 2.
3. <http://www.wciom.ru>.
4. <http://enc-dic.com/kuzhecov/Scha-69004.html>
5. http://business_slang.academic.ru/85/ВЫХИ
6. <http://www.babyblog.ru/community>

СЕКЦИЯ 3. РУССКИЙ ЯЗЫК. ЯЗЫКИ НАРОДОВ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

УДК 821.161.1

Вагапова З. С. Лингвокреативность А. П. Чехова в использовании фразеологического фонда русского языка

Languageagnostic A. P. Chekhov in the use of phraseological Fund of the Russian
language

Вагапова З. С.

Гуманитарно-педагогическая академия (филиал)
«Крымского федерального университета
им. В. И. Вернадского» в г. Ялте

Vagapova, Z. S.

Humanitarian-pedagogical Academy (branch)
"Crimean Federal University. V. I. Vernadsky" in Yalta

Аннотация: в статье описаны и расклассифицированы трансформированные и неизменные фразеологизмы, которые использованы А. П. Чеховым в эпистолярных текстах.

Ключевые слова: эпистолярный, письмо, фразеологизм, трансформация, структура.

Abstract: in article it is described and classified into two groups: changed and unchanged idioms that are used by A. P. Chekhov in the epistolary texts.

Keywords: epistolary, letter, idioms, transformation, structure.

Эпистолярное наследие А. П. Чехова – это тексты, в которых реализованы установки, зафиксированные в качестве устойчивых сочетаний. Включённые в письма устойчивые сочетания (иначе – фразеологизмы) – это не просто языковые знаки, передающие информацию, это знаки, хранящие и воспроизводящие сведения о духовной культуре и менталитете нации. Являясь своеобразным источником знаний о культуре народа, устойчивые словесные комплексы выражают не только систему морально-этических норм, но и заключают в себе сумму знаний о внешнем порядке вещей и внутреннем мире человека. Цель работы –

охарактеризовать структурное своеобразие и смысловое наполнение фразеологизмов, используемых А. П. Чеховым в его эпистолярных текстах.

Тексты писем А. П. Чехова содержат, как правило, неизменные в структурном и семантическом плане фразеологизмы. Среди них устойчивые сочетания **плевать в потолок** как *разг. неодобр.* ‘бездельничать’ [6, с. 528]; **пить дать** как *одобр.* ‘о чём-либо хорошем, заслуживающем внимания’ [6, с. 502]; **изливать душу** как ‘изъявлять, высказаться’ [5]; **до чёртиков** как *разг.* ‘в высшей степени, очень сильно’ [6, с. 736]; **ни слуху, ни духу** как ‘словно в воду кануть’ [5]; **спустя рукава** как *разг. неодобр.* ‘небрежно, кое-как (делать что-л.)’ [6, с. 585]. Например: *Твоё письмо получено; чтобы не лежать в постели и плевать в потолок, сажусь за стол и отвечаю* [7, с. 151]; *Отречься от благоприобретенной субъективности легко, как пить дать* [7, с. 13]; *Как тать ночной, тайком, хаживал я к нему в Кудрино, и он изливал мне душу* [7, с. 33]; Например: *Но жители инертны до чёртиков* [7, с. 122]; *Он обещал сходить к букинистам и поискать свой роман, но, по-видимому, о своём обещании забыл, так как ко мне не показывается и о нём ни слуху, ни духу* [7, с. 373]; *Суворин, Григорович, Буренин... всё это приглашало, воспевало[...]и мне жутко стало, что я писал небрежно, спустя рукава* [7, с. 65]. Автор прибегает к использованию фразеологизмов для более точной передачи смысла сообщаемого, для создания художественного эффекта.

Однако А. П. Чехов употребляет не только фразеологизмы в лексикографически закреплённой форме, но и в трансформированной, осложненной дополнительными лексемами. При этом фразеологические трансформации – это такие окказиональные изменения в форме и/или значении устойчивых сочетаний слов, которые позволяют сохранить единство фразеологизма, т.е. оставляют его узнаваемым. Считается, что изменения структуры и/или

семантики фразеологических единиц (далее – ФЕ) происходят как вследствие исторического развития языка, так и в результате окказионального преобразования фразеологизмов [4]. Например, сочетание *первый блин комом* выступает в речевых произведениях А. П. Чехова в виде трансформированного выражения (ср.: *Первый дачный блин вышел, кажется комом* [7, с. 40]). Авторские вставки, расширяющие состав ФЕ за счет прилагательного *дачный*, являются аллюзией на название первого сборника «Дачные рассказы», который вышел в период написания письма. Данный компонент, расширяющий состав ФЕ, даёт возможность уточнить ситуацию, конкретизировать описываемое событие. Ср. фразеологизм *играть роль* в значении ‘действовать, участвовать в действиях’, который в эпистолярной А. П. Чехова представлен структурой *играть важную роль: Всё это мелочи, но слишком заметные для тех, у кого внешность играет важную роль во всём, а таких людей у нас ведь большинство...* [7, с. 116]. Данный текст демонстрирует уникальность способов осмысления привычных понятий с помощью авторских вкраплений в структуру фразеологизма.

Стоит отметить, что существуют трансформированные фразеологизмы, допускающие изменения в количественном составе образующих их компонентов (например, фразеологизм *и овцы целы, и волки сыты* ‘о пользе без вреда другому, о соблюдении всех условий’ [7, с. 97], который в анализируемых эпистолярных текстах выступает в виде расширенного дополнительными языковыми знаками устойчивого сочетания (*чтобы*) *и волки были сыты, и овцы целы* [7, с. 84]). Кроме расширения состава фразеологизмов происходит и замена слов, обуславливающих качественные изменения устойчивых сочетаний, появление дополнительных значений. Ср. фразеологизм *против рожна не пойдёшь, но в то же время, сознаюсь, рамки «от сих и до сих» приносят мне немало печалей* [6, с. 10], в котором сочетание *против рожна не пойдёшь*

коррелирует с фразеологизмом *против судьбы не пойдешь* ‘о необходимости подчиниться ей, т.е. судьбе’ [5]. Существительное *судьба* в значении ‘складывающийся независимо от воли человека ход событий, стечение обстоятельств’ (по суеверным представлениям – ‘сила, предопределяющая всё, что происходит в жизни’) [3] заменено на разговорное *рожон* ‘заостренный шест, кол’. Это замена объясняется тем, что лексема *рожон* обладает большей экспрессивностью, чем слово *судьба* так как относятся к разным функциональным стилям. Примечательно, что фразеологический словарь М. И. Михельсона [5] сочетание *против рожна не пойдёшь* имеет помету *устар.*, указывающую на то, что данная языковая единица «практически не используется ни в устной, ни в письменной речи» [2, с. 168]. На наш взгляд, фразеологизм *против рожна не пойдёшь* в эпистолярных текстах А. П. Чехова выступает как художественное средство стилизации и отражает креативный потенциал автора как носителя русского национального языка.

Вследствие жесткой закреплённости значения фразеологического оборота за определённым сочетанием слов или словоформ любая модификация в составе фразеологизма осознаётся говорящим как новообразование, лежащее за пределами системы языка. По этой причине трансформированные ФЕ приобретают новые экспрессивные свойства [4] и демонстрирует потенциал фразеологической системы. Например, фразеологизм *спустя рукава* в значении ‘как-нибудь, как попало’ [5] у А. П. Чехова представлен структурой [...] *работаю как будто спустя рукава и сквозь пальцы* [7, с 37]. Сочетание *сквозь пальцы* включено в состав фразеологизма *спустя рукава* с целью усиления выражаемого в письме смысла, передачи экспрессии мысли. Это говорит о том, что А. П. Чехов, трансформируя фразеологизмы, предстает перед нами как креативная дискурсивная личность [1].

Как видим, в эпистолярном наследии А. П. Чехова фразеологизмы используются как в неизменном виде, зафиксированном в словарях, так и в виде развёрнутых структур, осложнённых добавочными лексическими единицами.

Библиографический список

1. Герасименко И.А. Когнитивная параметризация дискурс-анализа (на материале эпистолярия А. Чехова) // Восточнославянская филология: сб. науч. тр. / ОО ВПО «Горловский ин-т иностр. языков»; Редкол.: С.А. Кочетова и др. – Вып.2 (28). Языкознание. – Горловка: Изд-во ОО ВПО «ГИИЯ», 2016. – С. 13-20.
2. Баранов А. Н. Основы фразеологии (краткий курс) : учебн. Пособие / А. Н. Баранов, Д. О. Добровольский. – М.: Флинта: Наука, 2013. – 312 с.
3. Евгеньева А. П. Словарь русского языка: В 4-х т. – М.: Полиграфресурсы, 1999. – 702 с. [Электронный ресурс]. URL: <http://feb-web.ru/feb/mas/MAS-abc/default.asp> (дата обращения: 15.11.2016).
4. Ефанова Л. Г. Фразеологические трансформации в речи и тексте // Вестник Томского государственного педагогического университета / – 2005. – № 3 [Электронный ресурс]. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/frazeologicheskie-transformatsii-v-rechi-i-tekste> (дата обращения: 15.11.2016).
5. Михельсон М. И. Русская мысль и речь. Свое и чужое. Опыт русской фразеологии. Сборник образных слов и иносказаний. Т. 1-2: Ходячие и меткие слова. Сборник русских и иностранных цитат, пословиц, поговорок, пословичных выражений и отдельных слов (иносказаний). – СПб.: Ак. наук, 1896–1912 – 2208 с. [Электронный ресурс]. URL: http://slovarionline.ru/bolshoy_tolkovo_frazeologicheskiy_slovar_mihelсона/ (дата обращения: 15.11.2016).
6. Мокиенко В. М., Никитина Т. Г. Большой словарь русских поговорок. – М.: ЗАО Олма Медиа Групп, 2007. – 784 с.
7. Чехов А. П. Собрание сочинений в 12 т.– М.: Худ лит., 1963. – Т. 11. – 695 с.

УДК: 821.161.1

Горбынко Е.Ю., Пантелеймонова Т. В. Анакреонтическая традиция в торжественной оде Г. Р. Державина (на примере стихотворения «Крестьянский праздник»)

Anacreontic tradition in the solemn ode G. R. Derzhavin
(the poem «Peasant holiday»)

Горбынко Елена Юрьевна

ассистент кафедры гуманитарных наук

Институт педагогического образования и менеджмента (филиал)

ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского» в г. Армянске

Пантелеймонова Татьяна Васильевна

студентка 1 курса направления подготовки «Филология»

Институт педагогического образования и менеджмента (филиал)

ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского» в г. Армянске

Gorbynko Elena Yurievna

Institute of pedagogical education and management (branch)

V.I. Vernadsky Crimean Federal University

Pantelejmonova Tatyana Vasilievna

Institute of pedagogical education and management (branch)

V.I. Vernadsky Crimean Federal University, Armyansk

Аннотация. В статье проанализировано стихотворение «Крестьянский праздник» Г. Р. Державина, с целью показать синтез жанровых признаков анакреонтической и торжественной оды и определить взаимосвязь между высоким и низким стилями.

Ключевые слова: ода, анакреонтизм, торжественная ода, стиль.

Abstract. The author analyzed the poem «Peasant Holiday» G. R. Derzhavin, in order to show the synthesis of the genre of anacreontic and solemn odes and to determine the connection between high and low styles.

Keywords: ode, anacreontism, solemn ode, artistic style.

Наиболее интересной и при этом наиболее противоречивой литературоведческой проблемой истории русской культуры рубежа XVIII–XIX столетий до сих пор остается проблема творческой манеры и личности Г. Р. Державина. Критик В. Г. Белинский в обзоре «Русская литература в 1841 году» по этому поводу выразил прекрасную мысль: «Никого у нас не хвалили так много и так, безусловно, как Державина, и никто доселе не понял менее его». Весомый вклад в изучение личности и творчества Г. Р. Державина внёс

выдающийся русский филолог Я. К. Грот. Он автор труда «Жизнь Державина по его сочинениям и письмам и по историческим документам», а также издатель девятитомного собрания сочинений, писем, записок, деловых бумаг и других материалов писателя. В XX столетии наука о Г. Р. Державине развивалась достаточно успешно и представлена работами А. В. Западова, Д. Д. Благого, Б. М. Эйхенбаума, Г. А. Гуковского, Г. П. Макогоненко. Многие исследователи указывали на неоднозначность творческой манеры поэта, её новаторский и неординарный характер. Во многом это касается оды, жанра с многовековой историей, который преобразуется в творчестве Г. Р. Державина, обретая новые черты.

Цель исследования: показать синтез жанровых признаков анакреонтической и торжественной оды в стихотворении «Крестьянский праздник» Г. Р. Державина.

Согласно толковому словарю С. И. Ожегова, «ода (от греч. ode – песня) – это торжественное стихотворение, посвященное какому-нибудь историческому событию или герою». Л. И. Тимофеев в словаре литературоведческих терминов акцентирует внимание на том, что это «патетическое стихотворное произведение», то есть исполненное пафоса, эмоциональное. Таким образом, ода – это лирическое стихотворение, написанное в восторженно-приподнятом тоне и посвященное выдающейся личности или событию.

Как литературный жанр ода берет истоки в Античности. Первые и наиболее выдающиеся представители – Пиндар и Гораций. Ода Пиндара – хвалебная песнь в честь победителя на гимнастических состязаниях, благодаря этому за термином закрепилось значение восхваляющего произведения. В древнеримской поэзии Гораций же стремился возродить на римской почве эолийскую лирику, сохраняя внешнюю форму пиндарической оды. Писатель

разлучил оду с музыкой, превратив тем самым ее в собственно литературный жанр.

Дальнейшее развитие жанр получил в эпоху классицизма, поскольку по характеристикам наиболее подходил для восхваления царствующих особ, и подкрепление мысли о незыблемости государственной власти. Теорию оды разработал француз Н. Буало в стихотворном трактате «Поэтическое искусство». По канонам жанр требовал «благородного» языка, мифологизации образов, богатства рифмы, строгости ритмики, а главное нормированности всей поэтической системы. В русском классицизме принцип рационализма также был ведущим, поэтому литература регламентировалась четырьмя нормами: языковая, стилистическая, жанровая, стихотворная. Представленные нормы наиболее полно разработаны в трудах М. В. Ломоносова: «Российская грамматика» (1755), «Предисловие о пользе книг церковных в российском языке» (1757). Последний труд, посвященный теории трех штилей (стилей) оказал большое влияние на русскую литературу XVIII века. Ученый не придумал новую оценочную шкалу, а приспособил античный («Поэтика» Аристотеля, «Послание к писонам» Горация) и французский («Поэтическое искусство» Н. Буало) опыты на национальную почву и определил для каждого стиля – высокий, средний, низкий – лексику и жанры наиболее употребительные. К высоким жанрам относились поэма, трагедия и ода, которая стала главным жанром русского классицизма.

В XVIII веке обязательным для оды считались высокий стиль (соответственно использование церковнославянизмов), ораторская интонация (обеспечивающая декламационный характер произведения), одическая строфа (десятистишие с рифмовкой AbAbCCdEEEd), также оды подразделялись на два типа: торжественные, духовные и анакреонтические. Под «анакреонтической одой» понимались двоякого рода произведения: во-первых, переводы

стихотворений самого Анакреона (или приписываемых ему традицией); во вторых – оригинальная поэзия в духе Анакреона – так называемая «анакреонтика», нарицательное обозначение легкой поэзии, прославляющей сельскую жизнь, воспевающей интимные радости жизни, мудрую умеренность.

Г. Р. Державин не признает ограничений в лирике и пишет «Рассуждение о лирической поэзии или об оде», в котором акцентирует внимание на таких чертах оды: слог должен быть твердым, громким, возвышенным, также должна присутствовать краткость, новизна чувств выражений, олицетворения, блестящие картины, перескоки и обороты. Второй период творчества поэта (1779–1791) ознаменовался «революцией» в жанре: он интегрирует в стилистику высокого штиля элементы низкого, ориентируя оду на прозу сатирических журналов в композиционном и в стилистическом плане. С начала 90-х годов в творчестве Г. Р. Державина преобладает анакреонтическая лирика.

М. В. Гоголь писал: *«Слог у него так крупен, как ни у кого из наших поэтов. Разъяв анатомически ножом, увидишь, что это происходит от необыкновенного соединения самых высоких слов с самыми низкими и простыми, на что бы никто не отважился кроме Державина»* [2, с. 220]. Стихотворение «Крестьянский праздник», написанное в 1807 году, это пример соединения высокого и низкого стиля, жанровых признаков торжественной и анакреонтической оды.

Автор следует классицистической одической традиции и начинает свое произведение обращением к Музе, но использует при этом лексику низкого штиля – «пробренчи», «прогаркни». Уподобляя античную богиню крестьянскому балалайщику (по словарю Даля В. И., «кобась – астраханская балалайка»):

*...Пусть, Муза! нас хоть осуждают,
Но ты днесь в кобас пробренчи...* [3, с. 398]

Просторечные слова, характерные для литературных жанров низкого стиля, намеренно вводятся поэтом. Главная тема стихотворения – показать многоликость русских крестьян, которые могут и гулять, и работать, и защищать родину. Тема раскрывается постепенно, такая плавность отразилось на композиции произведения: после вступления в духе классической торжественной оды, следует первая часть, напоминающая анакреонтические стихотворения. Г. Р. Державин в ярких красках с использованием просторечных выражений описывает пасхальные гулянья крестьян: «*Прокажьте, вздорьте, курамите; // Тут нет вины, где пир горой...*» [3, с. 399]. Здесь также заметно влияние сатирика А. Д. Кантемира, поскольку присутствуют черты сарказма, не характерные для оды:

*...Гуляйте, бороды с усами,
Купайтесь по уши в чанах,
И вы, повойники с чепцами,
Не оставайтесь на дрожжах...* [3, с. 399].

Вторая часть контрастирует с первой и скорее напоминает назидательное сочинение или дружеское наставление, в котором автор напоминает селянам о необходимости работы на господ:

*Но только, встав поутру рано... <...>
Уж не влекитесь больше к пьянству,
Здоровью вредну, христианству
И разорительну всем вам;
А в руки взяв серп, соху, косу,
Пребудьте, не поднявши носу,
Любезны богу, господам...* [3, с. 340].

В следующей части Г. Р. Державин рисует современную ему картину

военных действий: *«Пьют кровь немецкую разбоем...»*. Осенью 1806 г. образовалась четвертая по счету коалиция против наполеоновской Франции (Пруссия, Англия, Швеция и Россия), однако участие в битвах принимали только Пруссия и Россия. В начале октября этого же года прусские войска подверглись полному разгрому, что привело к оккупации Пруссии. В таких условиях, когда *«соседняя сия Держава, разделявшая от Франции западные границы Империи Всероссийской, лишилась средств к своей обороне»*, Александр I поспешил устремить все силы *«на поражение злобствующего врага, который, в изданных им прокламациях, простирает дерзость свою столь далеко, что грозит явно вторжением в самые пределы Наши»* [1]. Цитата представлена из Манифеста императора Александра I «О составлении и образовании повсеместных временных ополчений или милиции» от 30 ноября 1806 г. Г. Р. Державин в третьей части оды, используя исторически достоверные факты, показывает мужество и готовность простых людей защищать свою родину от внешнего врага:

*Но вы не трусы ведь, ребята,
Штыками ваша грудь рогата;
В милицыи гаркнете: ура!* [3, с. 399]

Количество добровольцев после опубликования документа достигло 612 тысяч человек, что в два раза больше, чем в 1812 году. Рассматривая это событие как значимое для истории России начала XIX века, можно сказать, что поэт следует традиции торжественной оды. Данная стилистика реализована и в заключении стихотворения, которое больше похоже на похвальное слово. Автор показывает величие и могущество русского народа, готового постоять за свою родину. Финал – это славословие крестьянству, живущему в единстве и гармонии бытия:

Ура, российские крестьяне,

*В труде и в бое молодцы!
Когда вы в сердце христиане,
Не вероломцы, не страмцы,
То всех пред вами див явленье,
Бесов французских наважденье
Пред ветром убежит, как прах.
Вы всё на свете в грязь попрете,
Вселенну кулаком тряхнете,
Жить славой будете в веках [3, с. 400].*

«Богатырь поэзии по своему природному таланту», так назвал поэта В. Г. Белинский, Державин Г.Р. был певцом России и делал все, что мог для её процветания.

Таким образом, проанализировав стихотворение «Крестьянский праздник», мы убеждаемся в том, что Г. Р. Державин смог объединить патетичность торжественной оды (восхваление мужества и самоотверженности русского народа) с весёлостью и лёгкостью анакреонтической, интегрировав при этом в высокий стиль лексику низкого. Унаследовал от М. В. Ломоносова гражданский пафос и широту поэтического кругозора, Г. Р. Державин дополнил возвышенный слог оды сочетанием лирики и сатиры. Писатель показал возможность сосуществования в одном жанре столь разных параметров.

Библиографический список

1. 22.374. – Ноября 30. (*) Манифест. – О составлении и образовании повсеместных временных ополчений или милиции. / Полное собрание законов Российской империи с 1649 года. Собрание первое. Том XXIX. 1806 – 1807. –

СПб: Печатано в Типографии II Отделения Собственной Его Императорского Величества Канцелярии, 1830. – С. 894.

2. Гоголь Н. В. Полное собрание сочинений: [В 14 т.] / АН СССР. Ин-т рус. лит. (Пушкин. Дом). — [М.; Л.]: Изд-во АН СССР, 1937–1952. – Т. 8. Статьи. – 1952. – 816 с.

3. Державин Г. Р. Сочинения / С объясн. примеч. Я.К. Грота: В 9 т. – СПб., 1864–1884. – Т. 3. – 808 с.

4. Ожегов С. И. Толковый словарь русского языка. – М. : Оникс, 2008. – 736 с.

5. Тимофеев Л. И. Краткий словарь литературоведческих терминов: кн. для учащихся / ред.-сост. Л. И. Тимофеев, С. В. Тураев. – 2-е изд., дораб. – М. : Просвещение, 1985. – 208 с.

УДК 811.351.21

Чалаева П.Ш. Влияние русского языка на лексику лакского языка

The influence of russian language on the vocabulary of the language of the lak

Чалаева Патима Шамильевна,

Кандидат филологических наук, доцент кафедры дагестанских языков,
Дагестанский государственный университет

Tchalaeva Patima Shamilevna

Candidate of philological Sciences, associate Professor of the
Dagestan languages,
Dagestan state university

Аннотация: в статье исследуется влияние русского языка на лексику лакского языка.

Ключевые слова: русский язык, лексика, лакский язык.

Abstract: this article examines the influence of Russian language on the vocabulary of the Lak language.

Keywords: russian language, vocabulary, language lak.

Словарный состав лакского языка развивается и обогащается как путем расширения семантики лакских слов, образования новых слов словообразовательными средствами лакского языка, так и путем заимствования готовых лексических единиц другого языка. Заимствование наименования вместе с заимствованием вещи, понятия является наиболее типичной формой влияния внешних факторов на язык. Лексика, заимствованная таким образом, составляет в каждом языке значительную группу слов.

Анализ работ, посвященных исследованию заимствований из русского языка, наши наблюдения над языком современной художественной, публицистической литературы на лакском языке, над языком прессы, а также собранный нами материал по заимствованной лексике позволяют сказать, что для обозначения новых предметов, явлений и понятий лакский язык в основном шел

по пути заимствования лексических единиц, а не по пути образования новых слов на собственной почве. Это объясняется объективными и, в известной мере, субъективными причинами.

Не углубляясь в эти причины, отметим, что за исторически небольшой промежуток времени в жизни лакцев произошло так много изменений, в их быт вошло столько новых предметов, появилось столько новых понятий, что язык практически не успевал находить для них соответствующие обозначения. Более того, почти не было со стороны научных работников попыток по созданию терминов. Нет необходимости доказывать, какая огромная целенаправленная творческая работа необходима, например, для создания лингвистических, сельскохозяйственных и других терминов.

В научной литературе существуют разные определения заимствованных слов. Как отмечает О. Есперсен, заимствование – это «составные части, происходящие из разных языков, остаются в раздельном состоянии и могут быть выделены точно так же, как после перемешивания колоды карт выделяются пики, черви и т.д.» [12, с. 194].

Э. Ахунзянов [1, с. 14] определяет заимствования как процесс регулярного использования в одном языке единиц разных уровней структуры другого языка.

Р.А. Будагов различает заимствованные слова: «1) по степени связи с заимствованными вещами и понятиями, 2) по источнику – прямому или косвенному, из которого слова заимствуются, 3) по составу (заимствованные слова и структурные заимствования), 4) по степени проникновения и характеру ассимиляции в новой языковой среде, 5) по своеобразию смысловых изменений, которым подвергаются заимствования в системе другого языка» [2, с. 129].

Л.П. Крысин называет «заимствованием процесс перемещения различных элементов из одного языка в другой» [3, с. 18].

В «Лингвистическом энциклопедическом словаре» заимствованием называется «элемент чужого языка (слово, морфема, синтаксическая конструкция и т.п.), перенесенный из одного языка в другой в результате контактов языковых, а также сам процесс перехода элементов одного языка в другой» [4, с. 158].

Говоря о заимствованиях из русского языка в лакский литературный язык, или о русизмах, мы имеем в виду и те лексические единицы и термины, которые проникли к лакский язык посредством русского языка, независимо от их происхождения. Однако само понятие «заимствованное слово» трудно поддается определению. Данный термин употребляется в парадигме с терминами «экзотическая лексика», «варваризмы», «иноязычные вкрапления», «регионализмы» и т.п. В этом ряду для нас наиболее значительным является понятие «заимствованное слово», т.е. иноязычное слово, ставшее фактом языка принимающего. По отношению к иноязычной лексике в русском языке учеными выработаны определенные критерии, позволяющие отличить «заимствованное слово» от смежных понятий (см. выше). Таким критерием по Л.П. Крысину является ассимилированность чужого слова. Признаками ассимилированности исследователь считает следующие:

- 1) передача чужого слова фонетическими и графическими средствами заимствующего языка;
- 2) соотнесение слова с грамматическими классами и категориями заимствующего языка;
- 3) фонетическое усвоение иноязычного слова;
- 4) грамматическое его освоение;
- 5) словообразовательная активность слова;
- 6) семантическое освоение иноязычного слова: определенность значения,

дифференциация значений и их оттенков между существовавшими в языке словами и появившимся иноязычным словом;

7) регулярная употребляемость не менее чем в двух разных речевых жанрах, для термина – регулярное употребление в определенной терминологической системе [3, с. 35].

Однако некоторые из этих признаков не могут диагностировать усвоенность русизма лакским языком.

Так, если рассмотреть первый признак ассимилированности, то он никак не отличает заимствованное слово от варваризма или «иноязычного вкрапления», или «инострannого слова», поскольку, во-первых, лакский язык перешел на русскую графику (1938 г.) и, во-вторых, принято орфографическое правило, требующее сохранения графического облика заимствованного из русского языка слова (1940 г.).

В текстах, переложённых с аджама на современное письмо, русизмы употреблены в ассимилированном виде, т.е. они соответствуют названному выше третьему признаку ассимилированности. Ярким тому подтверждением может служить язык газеты «Илчи», издававшейся в 1917 г. на аджаме. Так, в № 5, встречаются такие слова и словосочетания: *Заккавказулал ккамитийт* «закавказский комитет», *убласной ккамитийт* «областной комитет», *пулкIавникI* «полковник», *саллатI* «солдат», *ранIувчайнал ккамитийт* «комитет рабочих», *правитIилства* «правительство», *ривалюция* «революция», *камиссар* «комиссар», *вийбурду* «выборы», *ккамиссия* «комиссия», *учридитIилнай* собрания «учредительное собрание». Даже фамилии даны так, как они звучат на лакском языке: *Жукаюп*, *Казлуп* (Козлов), *Дахадаюп*, *Хизриюп*, *Будаюп*, *ХIабиюп* (Габиев) и т.д.

В современных же текстах даже фонетически усвоенные слова пишутся

так же, как в русском языке, что ведет к разрушению ритмики, а иногда и рифмы в поэтических произведениях. Например:

<i>Бур библиотека, клуб /7 слогов/</i>	«Есть <u>библиотека</u> , клуб
<i>Бури приемник шинмай /7 слогов/</i>	есть вот и <u>приемник</u> ,
<i>Ватанналул давурттая /8 слогов/</i>	рассказывающий о событиях в стране.
<i>Циняннахь баянну буслай /8 слогов/</i>	Как в городах,
<i>Шагьрулий кунма, узданну /8 слогов/</i>	посещают <u>школы</u> в селах».
<i>Школарттавун бур занай /7 слогов/</i>	

А. Гафуров

Для сохранения единства размера должно читаться *ккулуб, пириемник, ушкзула* (учкзула).

Или:

<i>Зунттул махъ тливтгусса</i>	«Открытый в горах
<i>Дарурал курорт</i>	лечебный <u>курорт</u> .
<i>КIа бикIан бюхъайссар</i>	Он может быть
<i>Дуснал оьттул кIунтI.</i>	капель крови друга».

А. Гафуров

А. Гафуров, который в своих стихах старался употребить рифму, конечно, произносил *ккурурт* и рифмовал со словом *кIунтI*. Это наблюдается в стихах не только поэтов старшего поколения, но и у более молодых авторов. Например:

<i>Ккуллал школалул классирттаву /9 слогов/</i>	«В <u>классах</u> кулинской <u>школы</u>
<i>Жу, оьрчIру, буссияв аьтIун бикIавай /11 слогов/</i>	мы, ребята, плакали.
<i>БакIчи ивкIусса бавну.</i>	Умер вождь.
<i>Сибирнал вацIраву, баракирттаву /11 слогов/</i>	В лесах Сибири, в бараках
<i>Дуснакми бивкIун бур ххарил литIавай /11 слогов/</i>	осужденные радовались.
<i>БакIчи ивкIусса бавну.</i>	

М.-З. Аминов

Для соблюдения ритмики стиха в первой строфе надо читать *учкзулалул, ккалассирттаву*.

Такие признаки, как грамматическое освоение слова, а также соотнесение слова с грамматическими классами и категориями заимствующего лакского языка, не может стать признаком заимствованного слова, так как любой русизм, даже употребленный всего один раз, всегда подчиняется грамматике лакского языка.

Поскольку особой словообразовательной активностью не отличаются и исконно лакские слова, то и данный признак не может стать показателем усвоенности русизма.

Остаются, таким образом, два последних признака – семантическое освоение слова и регулярная употребляемость. При современном состоянии двуязычия семантическая усвоенность русизмов (если они не относятся к научной терминологии) является самоочевидным фактом. Что касается регулярности употребления, мы считаем, что на данный момент не существует надежной методики определения регулярности или нерегулярности употребления того или иного слова в устной речи лакцев. В книжно-письменной речи происходит искусственное «вычищение» языка от русизмов, особенно в последнее время: на место усвоенных русизмов реанимируются заимствования из восточных языков (*адабият* вместо *литература*) или создаются уродливые слова, непонятные читателям, такие как *дуккайналу* вместо *школа*, *ттуришьуку* вместо *век* и т.п.

На наш взгляд, можно согласиться с мнением, что заимствованным словом можно считать всякое иноязычное слово, зафиксированное в словарях. Но Л.П. Крысин возражает против такого подхода к решению проблемы, ссылаясь на несовершенство методики составления словарей. Однако для описания заимствованных из русского языка слов нет более надежного источника, чем филологические словари лакского языка.

Библиографический список

1. Ахунзянов Э.М. Русские заимствования в татарском языке. – Казань, 1968. – С. 14.
2. Будагов Р.А. Введение в науку о языке. – М.: Просвещение, 1965. – С. 129.
3. Крысин Л.П. Иноязычные слова в современном русском языке. – М.: Наука, 1968.
4. Лингвистический энциклопедический словарь. – М.: Сов. энциклопедия, 1990.
5. Мазанаев Ш.А. Агульско-русский словарь. – Махачкала: ДГУ, 2014.
6. Мазанаев Ш.А. Русско-агульский словарь. – Махачкала: ДГУ, 2012.
7. Мудунова Г.А. Обрядовая поэзия лакцев // Вестник Дагестанского государственного университета. – 2016. – № 6.
8. Хайдаков С.М. Лакско-русский словарь. – М.: Наука, 1962.
9. Чалаева П.Ш. Лакско-русские языковые контакты. – Махачкала, 2009.
10. Чалаева П.Ш. Морфологическая адаптация русизмов в лакском языке // Мир на Северном Кавказе через языки, образование, культуру. Симпозиум III. – Пятигорск, 1998. – С. 158-161.
11. Чалаева П.Ш. Русские заимствования и лакская лексикография // Лингвистика в современном мире. – М., 2010. – С. 59-62.
12. Jespersen O. Die Sprache. – Heidelberg, 1925. – С. 194.

СЕКЦИЯ 4. ГЕРМАНСКИЕ ЯЗЫКИ

УДК 81-26

Денисова И.В. Гендерный аспект в английском художественном дискурсе

The gender aspect in the English literary discourse

Денисова Ирина Владимировна,

Кандидат филологических наук,
доцент кафедры делового иностранного языка,
Челябинский государственный университет

Denisova Irina Vladimirovna,

Ph.D., Associate Professor, Department of Business Foreign Language,
Chelyabinsk State University

Аннотация: Проявление гендерного аспекта в английском художественном дискурсе рассматривается на примере романа В.Вулф «Орландо». Анализ того, чем обусловлено яркое проявление гендерного аспекта в этом романе, показал, что в основе данного явления лежит комплекс причин – это сам творческий метод В. Вулф как представителя модернизма; феминистические взгляды писательницы; художественная особенность романа, заключающаяся в том, что В. Вулф осуществила смену мужского пола на женский у главного героя Орландо, чтобы показать, что большинство людей по складу ума являются андрогинами.

Ключевые слова: гендер, художественный перевод, гендерная идентичность, андрогин.

Abstract: The representation of the gender aspect in the English literary discourse is considered at the example of V. Woolf's novel "Orlando". The analysis of the representation of the gender aspect in this novel shows that there is a complex of reasons for it: creative method of V. Woolf as a representative of modernism, the feminist views of the author, and the literary peculiarity of the novel – V. Woolf depicted the change of Orlando's male sex to female to show that the majority of people are androgynes.

Keywords: gender, literary translation, gender identity, androgyne.

С каждым годом в нашем обществе всё больше возрастает интерес к языковым явлениям, рассматриваемым через призму антропоцентризма, когда большую значимость при изучении языковой личности приобретают отдельные характеристики, важнейшей из которых является пол. Гендерные исследования затрагивают самые различные науки – социальные, экономические,

литературоведение, лингвистику, а также переводоведение.

Научное сообщество ввело в своё исследовательское поле понятие «гендер» для того, чтобы подчеркнуть тот факт, что различия между мужчиной и женщиной заключаются не только во внешних признаках пола. Под термином «гендер» понимается социокультурный конструкт, в основе которого лежит биологический пол, но охватывающий также совокупность языковых, речевых, поведенческих, личностных особенностей, ролей и образов, которые рассматриваются в обществе как присущие мужчинам и женщинам и определяют их социальный статус. Каждая культура чётко дифференцирует поведение человека в зависимости от пола, предписывая ему определённые социальные роли, манеру поведения, чувства. В этом смысле быть мужчиной или женщиной означает вовсе не обладание определёнными природными качествами, а следование определённым социальным ожиданиям, предъявляемым обществом к человеку на основании «правил пола». Следовательно, в гендере происходит сложнейшее переплетение культурных, психологических и социальных аспектов [2, с. 124].

Роман Вирджинии Вулф «Орландо» (1928) является одним из наиболее значительных рассуждений писательницы на тему гендера. Проявления гендерных характеристик в романе является одной из важнейших художественных особенностей произведения. Гендерный аспект романа может быть объяснен тем, что произведение было задумано как своеобразное «объяснение в любви» Вите Сэквилл-Уэст, аристократке, принадлежавшей к весьма старинному роду, с которой В.Вулф дружила в течение двадцати лет. Именно Вита явилась прототипом Орландо. Об этом мы можем судить из слов самой В.Вулф – Вулф писала Вите: «...suppose Orlando turn out to be Vita; and it's all about you and the lusts of your flesh and the lure of your mind» [4, с. 105]. Кроме

того, роман содержит множество аллюзий на жизнь Виты Сэквилл-Уэст: любовница Виты воплощена в образе русской княжны, отвергнутый любовник (Lord Lascelles) – в образе эрцгерцогини Гарриет, а муж Виты – в образе Шелмердина.

Гендерный аспект романа составляют важный элемент художественной структуры текста. Через необычный характер главного героя В.Вулф исследует сущность маскулинности и фемининности. Кроме того, она задумала смену мужского пола на женский у Орландо чтобы показать, что большинство людей, как и та, кому был посвящён роман по складу ума являются андрогинами, то есть могут совмещать в себе мужские и женские качества.

В.Вулф приводит примеры того, как мужчины относились к женщинам лишь из-за того, что женщины – «слабый пол»:

These compliments would certainly not have been paid her had her skirts, instead of flowing, been cut tight to her legs in the fashion of breeches – И не видать бы ей всех этих знаков внимания, если бы юбки её, вместо того чтоб развеваться, узкими бриджами плотно облегли ноги [1, с. 162].

А женщины относились к мужчинам, считая их сильным полом:

Orlando curtsayed; she complied; she flattered the good man's humours – Орландо делала книксен; она уступала, она льстила добряку [1, с. 163].

Этим она подчеркивает, что женщины играли второстепенную роль и полностью зависели от мужчин.

Согласно философам XIX века материалом для биографий женщин может послужить только любовь: «*Love is woman's whole existence*» – «*Любовь – это вся жизнь, это главное призвание женщины*» [1, с. 235]. Поведение Орландо, её предпочтение раздумью и самосозерцанию наводит повествователя на мысль, что – «*Orlando was one of those monsters of iniquity who do not love*» – «*Орландо*

была из тех чудиц, которые не способны любить» [1, с. 236]. Однако она продолжает поступать как лорд Орландо: *«She was kind to dogs, faithful to friends, generosity itself to a dozen starving poets, had a passion for poetry»* – «Она была добра к собакам, предана друзьям, бесконечно великодушна к десяткам обнищавших поэтов, имела страсть к поэзии» [1, с. 236]. Но это проявление любви было бы приемлемо, если бы Орландо был мужчиной. От женщины же требовалось иное проявление своих чувств: *«Love is slipping off one's petticoat and –»* – «Любить – это значит скользнуть из юбки и ...» [1, с. 236]. Данные комментарии В.Вулф являются своеобразной насмешкой над тем, как мужчины думают о любви, проявляемой женщиной, а отсутствие гендерной идентичности приводит к выводу о необычности Орландо как женщины, лишённой некоторых женских стереотипных качеств.

Напомним, что важную роль в развитии и поддержании гендерной системы играет сознание людей. Конструирование гендерного сознания индивидов происходит посредством распространения и поддержания социальных и культурных стереотипов. По определению, данному В.А.Масловой, «стереотип – это некоторый фрагмент концептуальной картины мира, ментальная «картинка», вызывающая симпатии или антипатии, устойчивое, культурно-национальное представление о предмете, явлении или ситуации, закреплённое в языке» [2, с. 110]. Гендерные стереотипы являются частным случаем стереотипа и обнаруживают все его свойства. Гендерные стереотипы представляют собой культурно и социально обусловленные мнения о качествах, атрибутах и нормах поведения представителей обоих полов и их отражение в языке. Гендерный стереотип – схематизированный обобщённый образ женственности/феминности и мужественности/маскулинности [3, с. 120].

Посредством приёма смещения гендерных стереотипов, В.Вулф старалась доказать, что нет чётких границ между мужскими и женскими качествами. В.Вулф указывает на то, что описание Орlando-мужчины больше ассоциируется с женскими стереотипными качествами. Например:

The young man withstood her gaze blushing only a damask rose as became him.

– Он не дрогнул, только зарделся, как дамасская роза, что ему очень шло и подобало [1, с. 15].

Заливающимися румянцем от смущения обычно описываются женщины. Тем более что сравнение с розой – совершенством красоты – несёт явно фемининную окраску (даже переносное значение слова «rose» – красивая женщина, девушка), но В.Вулф говорит подобным образом о мужчине.

В.Вулф постоянно подчеркивает в описании Орlando-мужчины такие черты как застенчивость, робость, чувствительность, капризность, склонность к слезам, которые обычно относятся к женщинам:

His cheeks still flushed their habitual deep rose. – На щеках его, как всегда, играл нежный румянец [1, с. 113].

He stood there shaken with sobs. – Он стоял, сотрясаемый всхлипываниями [1, с. 57].

Однако, несмотря на женскую манеру поведения Орlando, В.Вулф даёт понять, что в героине сохранились и мужские черты:

Her clothes chosen rather at random, and sometimes worn rather shabby; love of power; she detested household matters, was up at dawn; she could drink with the best and liked games of hazard – Выбирает она платья как-то наобум и носит их как-то небрежно; мужская жажда власти; она терпеть не может домашнего хозяйства, встаёт на рассвете; она не дура выпить, она обожает азартные игры [1, с. 164].

Изображая женский и мужской миры в романе «Орландо», В.Вулф выступила с феминистской критикой той социальной и политической позиции женщин в Великобритании, которую они занимали согласно Доктрине о статусе замужней женщины: например, женщины не могли владеть землей, голосовать или подать иск в суд; все эти действия за них выполняли их мужья. В.Вулф считала, что это делает женщин социальными и политическими «трупамии» («*she is no better than a corpse*» – «мы смело можем считать её бездушным трупом» [1, с. 236]). В романе В.Вулф подтверждает, что женщины бесправны: став женщиной, Орландо предъявили иск, чтобы лишить её собственности по двум причинам: она умерла и поэтому не может владеть собственностью; и она женщина – «*which amounts to much the same thing*» – «что влечёт за собою приблизительно таковые же последствия» [1, с. 145]. Этим В.Вулф ссылается на жизнь Виты Сэквилл-Уэст, которая не могла унаследовать семейное поместье после смерти отца так, как была женщиной. Однако В.Вулф уверена в том, что написание произведений получается у женщин не хуже, чем у мужчин и даже лучше: будучи мужчиной Орландо пишет неудачные поэмы (одна из которых была осмеяна Ником Грином), но, став женщиной и имея даже меньше возможностей для литературного творчества, Орландо с успехом заканчивает поэму «Дуб» и получает «мемориальную премию баронессы Бердетт-Кутс».

Таким образом, роман В.Вулф «Орландо» представляет непосредственный интерес с точки зрения гендерного фактора, так как художественное своеобразие романа В.Вулф «Орландо» достигается за счёт пересечения маскулинных и фемининных признаков в характере героя.

Библиографический список

1. Вулф В. Орландо: Роман. – СПб.: Азбука-классика, 2004. – 304 с.
2. Маслова В.А. Лингвокультурология. – М.: Академия, 2001. – 208 с.

3. Рябова Т.Б. Стереотипы и стереотипизация как проблема гендерных исследований // Личность. Культура. Общество. – Вып. 1–2. – М., 2003. – С. 120–139.
4. Nicolson N. Virginia Woolf. – Penguin Lives, 2000. – 199 p.
5. Woolf V. Orlando [Электронный ресурс] / V. Woolf // Режим доступа: <http://ebooks.adelaide.edu.au/w/woolf/virginia/w91o/> 2004.

СЕКЦИЯ 5. РОМАНСКИЕ ЯЗЫКИ

УДК 81-11

Шугаева Е.А. Влияние теории высказывания Э. Бенвениста на особенности трактовки понятия речевого акта во французской лингвистике

The influence of the utterance theory by E. Benveniste on the peculiarities of the speech act interpretation in French linguistics

Шугаева Екатерина Анатольевна,

Кандидат филологических наук, доцент кафедры «Иностранные языки»,
Московский государственный университет технологий и управления имени К.Г.
Разумовского (ПКУ)

Shugaeva Ekaterina Anatolievna,

Ph.D., Associate Professor, Department of Foreign languages,
Moscow State University of Technologies and Management
named after K.G. Razumovski

Аннотация: Идеи теории речевых актов, получившие мировую известность, были переосмыслены во французской лингвистике. Одной из причин этого является влияние, оказанное теорией высказывания французского лингвиста Э. Бенвениста.

Ключевые слова: речевой акт, процесс высказывания, результат высказывания

Abstract: The ideas the speech acts theory which became well-known all over the world, were reinterpreted in French linguistics. One of the reasons of it is the influence of the utterance theory by French linguist E. Benveniste.

Keywords: speech act, process of utterance, result of utterance

Рассматривая французскую лингвистику 40–60-х годов, В.М. Алпатов отмечает такого крупного ученого «весьма широкого кругозора и спектра интересов» [1: 283] как Э. Бенвенист.

Э. Бенвенист заложил основы теории высказывания [2], в которой изучается «процесс высказывания (énonciation), то есть событие, которое порождает высказывание (énoncé) и его маркеры, его агентов и стратегии» [7: 47]. Процесс высказывания (énonciation) трактуется в данной теории как «приведение языка в действие посредством индивидуального акта его

использования» [2: 312]. При индивидуальном использовании, присвоении языка говорящим в процессе высказывания проявляются языковые особенности, которые подлежат изучению. «Высказывание следует рассматривать как акт говорящего, который употребляет язык в качестве орудия, и с учетом тех языковых черт, в которых проявляются отношения между говорящим и языком» [2: 312]. Структура языка способствует его превращению в индивидуальный процесс высказывания и «производит определенный эффект в определенном контексте» [5: 123], поэтому процесс присвоения языка говорящим, обращающимся к слушающему в определенном контексте, не добавляется извне, но отражается в высказывании. Данное направление исследований берет начало в описании Э. Бенвенистом личных местоимений, глагольных времен, которое показало «узкую зависимость между морфологическими фактами и организацией высказывания» [6: 25].

Теория высказывания оказала значительное влияние на французскую лингвистику и способствовала переосмыслению основных положений теории речевых актов [3, 4], которая появилась в рамках англосаксонской традиции и приобрела мировую известность. Речевой акт, как единство локутивного, иллокутивного и перлокутивного актов, трактуется в теории речевых актов как способ достижения определенной внеязыковой цели. При этом первостепенное внимание уделяется иллокутивному акту, как передающему намерение говорящего, его иллокутивную цель и обладающему иллокутивной силой. Центральным является понятие иллокутивной цели, рассматриваются условия и средства ее успешного достижения, составляются классификации речевых актов, основанные на различиях в иллокутивной цели.

В отличие от теории речевых актов, в теории высказывания акцент делается на изучении того, как говорящий использует языковые средства в своих

целях, отражает свою субъективность в языке, присваивая себе язык в процессе высказывания. Изучаются «следы» процесса высказывания (*énonciation*) в его результате (*énoncé*).

Рассмотрим разницу в подходе к рассмотрению высказываний на следующем примере. Мать сообщает дочери свое мнение о портрете ее покойного отца, которого девочка не помнит:

(1) *Entre nous, je ne retrouve pas du tout ton papa dans ce personnage figé. Il est ressemblant et pourtant ce n'est pas lui. Je n'ai pas voulu le dire tout à l'heure devant ta grand-mère pour ne pas lui faire de peine.* (2) *Et il ne faut pas que tu le lui dises non plus* [8: 74]. '(1) Между нами, я совершенно не узнаю твоего папу в этой застывшей фигуре. Похоже, но, тем не менее, это не он. Я не хотела это говорить при твоей бабушке, чтобы не огорчить ее. (2) И тебе тоже не следует ей это говорить'.

Придерживаясь англосаксонской традиции, в данном отрывке можно выделить речевые акты двух типов на основании иллокутивной цели говорящего: (1) репрезентатив (сообщение о некотором положении дел) и (2) директив (попытка со стороны говорящего добиться того, чтобы слушающий совершил (либо не совершил) некоторое действие). Помимо этого, во втором случае важным моментом также является определение типа директива (предостережение) на основе таких критериев как приоритетность говорящего, необязательность исполнения действия слушающим и направленность на благо слушающего. Одним из основных объектов изучения является также успешность речевых актов, которая достигается благодаря логичному и достаточно подробному выражению своих мыслей посредством языка. В первом речевом акте (1) успешность заключается в передаче слушающему информации, а успешность второго речевого акта (2) зависит от выполнения слушающим

указанного действия. Для повышения потенциальной успешности речевого акта говорящий использует маркер иллокутивной силы *il ne faut pas* (не следует), который облегчает слушающему процесс распознавания иллокутивной цели говорящего.

В теории высказывания, в отличие от теории речевых актов, понятие успешности речевого акта не рассматривается. Определение точного типа речевого акта не является важным. Само понятие «речевой акт» не используется. В результате высказывания (*énoncé*) изучаются языковые особенности: употребление местоимений (*nous, je, tu, ton, ta, ce*), которые в индивидуальном процессе высказывания (*énonciation*) стали соотноситься с конкретными говорящим и слушающим. Использование маркера *il ne faut pas* (не следует) также рассматривается с языковой точки зрения, как способ посредством языка выразить свое отношение к определенному действию и повлиять на последующие действия слушающего.

Таким образом, влияние теории высказывания Э. Бенвениста на восприятие во французской лингвистике основных положений теории речевых актов заключается в использовании терминов процесс высказывания (*énonciation*) и результат высказывания (*énoncé*). Во-вторых, такие приоритетные направления исследований в теории речевых актов как изучение средств и условий достижения успешности речевого акта, а также изучении интенциональности речевых актов и их классификация на основании различий в иллокутивной цели не нашли распространения во французской лингвистике. Одной из причин этого является влияние теории высказывания, которая отдает приоритет рассмотрению языковых особенностей высказываний.

Библиографический список

1. Алпатов В.М. История лингвистических учений: Учеб. пособие. – 4-е изд., испр. и доп. – М.: Языки славянской культуры, 2005. – 368 с.
2. Бенвенист Э. Общая лингвистика // Под редакцией, с вступительной статьей и комментарием Ю. С. Степанова. – М.: Прогресс, 1974. – 448 с.
3. Остин Дж.Л. Слово как действие / Дж.Л. Остин // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. XVII. Теория речевых актов. – М.: Прогресс, 1986. – С. 22-129.
4. Серль Дж.Р. Что такое речевой акт? / Дж.Р. Серль // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. XVII. Теория речевых актов. – М.: Прогресс, 1986. – С. 151-169.
5. Laurendeau P. Contre la trichotomie Syntaxe / Sémantique / Pragmatique // Revue de Sémantique et Pragmatique, 1997. – № 1. – P. 115-131.
6. Moeschler J. La pragmatique après Grice: contexte et pertinence // L'information grammaticale №66. – Paris, 1995. – P. 25-31.
7. Taleb O. B. Actes de discours et performativité en français : de la syntaxe à la pragmatique / Université de Tunis, 1984. – 526 p.
8. [Troyat](#) H. Viou / Paris: Flammarion, 1993. 252p.

СЕКЦИЯ 6. ПЕРЕВОД И ПЕРЕВОДОВЕДЕНИЕ

УДК 811

Джабраилова В.С., Безух А.Э. Лингвистический шок как фактор, ограничивающий функционирование текстов коммерческой рекламы при переводе

Language shock as factor of non-acceptance of translated commercial texts

Джабраилова Валида Саидовна,
кандидат филологических наук, доцент кафедры романо-германских языков, Московский государственный гуманитарно-экономический университет

Dzhabrailova Valida Saidovna,
Ph.D, Associate Professor, Department of Foreign Languages,
Moscow State University of Humanities and Economics

Безух Александра Эдуардовна,
магистр лингвистики факультета иностранных языков,
Московский государственный гуманитарно-экономический университет

Bezukh Aleksandra Eduardovna,
Foreign department master's degree student
Moscow State University of Humanities and Economics

Аннотация: В статье рассматриваются особенности лингвистического шока как явления, затрудняющего функционирование текста перевода иноязычной коммерческой рекламы. Несмотря на сложившееся мнение, согласно которому лингвистический шок стимулирует интерес к рекламе, существует ряд примеров, доказывающих обратный эффект этого явления.

Ключевые слова: коммерческая реклама, культурный шок, лингвистический шок, реципиент, переводческая трансформация калькирование.

Abstract: The article refers to the language shock as a phenomenon which prevents a text, namely that of commercials, from proper functioning. Despite the idea that the language shock may attract attention of potential consumers, making them buy products, the authors cite examples proving the opposite.

Keywords: commercials, culture shock, language shock, recipient, loan translation.

В теории межкультурной коммуникации существует такое явление как «культурный шок». Этот термин был введен в научный оборот американским исследователем К. Обергом в 1954 году. Культурный шок — состояние физического и эмоционального дискомфорта, которое возникает, когда человек

сталкивается с иной культурной реальностью; его реакция на конфликт между привычными для него ценностями и нормами [1, с.18]. Привыкание к новому окружению может быть волнующим, стрессовым, может обмануть ожидания, быть забавным или просто сбить с толку. Иногда понятие «культурный шок» используют для обозначения общей ситуации, когда человек вынужден приспособливаться к новому порядку, при котором не работают ранее усвоенные культурные ценности и модели поведения.

Наряду с понятием «культурного шока» некоторые исследователи выделяют такое явление как «лингвистический шок», которое можно определить как состояние удивления, смеха или смущения, которое возникает у слушающего при общении с носителем иностранного языка, когда он слышит в иноязычной речи языковые элементы, звучащие на его родном языке странно, смешно или неприлично [2]. Иностраные слова, совпадающие по фонетической форме с неблагозвучными словами в родном языке, вызывают неадекватную реакцию, которая мешает восприятию смыслового содержания лексической единицы.

Исходя из приведенного выше определения, считаем возможным применить его к области переводоведения. Поскольку перевод – это воссоздание текста оригинала на языке перевода с соблюдением правил эквивалентности и адекватности, существует вероятность, что исходный текст, вызвавший лингвистический шок у реципиента, при переводе будет иметь для него аналогичный эффект. Более того, решая сверхпереводческие задачи, переводчик может прибегнуть к использованию такого приёма целенаправленно.

Объектом нашего исследования явилась коммерческая реклама. Выбор ее в качестве материала изучения неслучаен, поскольку реклама является хоть и опосредованным, но носителем иноязычной культуры, встреча с которой, при

определенном подходе переводчика к своей работе, может иметь результатом лингвистически шок. В настоящее время реклама является неотъемлемой частью современного мира. Все больше международных компаний приходит на российский рынок и все чаще этим компаниям требуется не создание новых рекламных образов и сюжетов, а перевод и адаптация текстов и роликов, которые уже закрепились на рынках других стран. В целях экономии бюджетных средств некоторые производители стараются проводить единые для всех стран рекламные кампании.

Лингвистический шок, сопровождающий рекламу, становится явлением, все более привычным для массового потребителя. Существует мнение, что шок – это своего рода специальная «добавка», которая улучшает восприятие, в те моменты, когда потребитель уже пресытился будничной информацией. Считается, что шок снимает любые блоки; он заставляет, как минимум, выслушать и досмотреть, а как максимум – задуматься. С точки зрения современных исследователей, западные страны весьма близко подошли к тому, чтобы исключить неприятные явления «из повседневной жизни, из мироощущения и культуры. Ведь культура потребления направлена, прежде всего, на получение удовольствия и удовлетворение потребностей. Отсюда и эмоциональный “голод” по острым ощущениям. Причем чем больше общество благоденствует, тем выше у него потребность в эмоциональной “встряске”. Таким образом, внешний, искусственно вызванный шок становится неотъемлемой частью постиндустриальной культуры» [7]. Отсюда появляется стремление рекламы не просто заинтриговать аудиторию, а – поразить, испугать, вызвать острую эмоциональную реакцию. Однако такая реакция, как показывают наблюдения, не всегда способствует усвоению текста рекламы, а, зачастую, наоборот, провоцирует его непринятие.

Даже самые сильные мировые бренды вынуждены переделывать свои названия, адаптировать стратегию, когда они сталкиваются с другой культурой. Приведем несколько примеров: 1) в 2006 году компания Clairol, которая изготавливала продукцию для ухода за волосами, представила потребителям щипцы под названием Mist Stick («Щипцы из тумана»). Добившись высоких продаж в США, компания решила отправиться на рынок Германии, однако представители компании не учли, что дословное название на немецкий переводится как «щипцы из навоза». Немецкий рынок им покорить не удалось. 2) Российская компания «Газпром» заключила с нигерийской государственной компанией договор о создании совместного предприятия. Название нового совместного предприятия вызвало недоумение у мировой общественности. От сочетания слов Нигерия (Nigeria) и газ (gaz) образовалось название Nigaz. У людей, говорящих на английском языке, это слово вполне может вызывать двусмысленные ассоциации, поскольку как на слух, так и в написании, оно отчетливо напоминает оскорбительное наименование афроамериканцев. Таким образом, очевидно, что лингвистический шок может стать фактором отторжения информации, которую содержит реклама.

Для достижения поставленной цели в реализации любой продукции, необходимо повлиять на потребителя, на особенности его восприятия. Негативные эмоции, которые возникают у рецептора, имеют сильный эффект и способствуют привлечению внимания потребителя. Но, тем не менее, если потенциальный реципиент рекламного слогана будет испытывать негативные ощущения, связанные с его восприятием, то вряд ли будет достигнута поставленная цель.

В настоящее время в российских средствах массовой информации присутствует реклама, вокруг которой не утихают споры. В частности, реклама жевательных конфет Skittles, в которой происходит следующий диалог:

- You're acting strange, what's wrong, Billy?

- My doctor says I have skittlespox.

И его перевод:

- Ты какой-то странный, что с тобой, Билли?

- Мне сказали, что у меня *скитлстрянка*.

Явление лингвистического шока подкрепляется видеорядом. При переводе лексемы «skittlespox» на русский язык использовали переводческую трансформацию калькирования, получив языковое новообразование «скитлстрянка», спровоцировав неоднозначную, в большинстве случаев негативную, реакцию у массового потребителя [6].

Приведем несколько примеров, демонстрирующих явление лингвистического шока, который возникает у массового рецептора при виде названий продуктов из коммерческой рекламы:

Название детского питания “Bledina” во избежание лингвистического шока было адаптировано для российского рынка сбыта и получило наименование «Малютка» [5].

Минеральная вода “Blue Water” не стала популярной из-за своего названия, т.к. при оно при передаче на русский язык звучит как «блю вода». Со временем данная продукция была снята с продажи [5].

Реклама итальянского шампуня “Wash&Go Vidal Sassoon” демонстрировалась по телевидению в девяностых годах прошлого века, однако из-за неблагозвучного для отечественного потребителя названия, его пришлось сократить до “Wash&Go” [8].

По той же самой причине на прилавках магазинов мы не видим индийский чай “Pukala” [4], производимый компаний Assam Tea, посуду фирмы “Pedrini” [9].или вино с названием “Perdera” [3].

Как видно из предыдущих примеров, явление лингвистического шока может являться фактором, мешающим рекламному тексту реализовать свою основную функцию, заключающуюся в донесении до рецептора информации. Такой текст утрачивает прагматический потенциал. Создателям текстового сопровождения рекламного продукта необходимо учитывать языковые особенности целевой аудитории и стараться избегать использования таких лексических компонентов, которые могут привести к возникновению лингвистического шока.

Библиографический список

1. Андреева И.В., Балобанова Л.А. Межкультурная коммуникация: учеб. пособие. – Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2011. – 96 с.
2. Белянин В.П. Лингвистический шок. *Rusistica Espanola*. Научный журнал по проблемам русского языка и литературы [Электронный ресурс]. URL:<http://www.textology.ru/article.aspx?aId=52> (дата обращения: 27.02.2017).
3. Забавные названия вин, или Что такое Пердера [Электронный ресурс] URL: http://wingalery.kz/page_87.html (дата обращения: 16.02.2017).
4. Индийский чай Пукала[Электронный ресурс] URL: <http://riboss.ru/blog/367/%D0%B8%D0%BD%D0%B4%D0%B8%D0%B9%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B9-%D1%87%D0%B0%D0%B9-%D0%BF%D1%83%D0%BA%D0%B0%D0%BB%D0%B0/> (дата обращения: 22.01.2017).
5. Истории самых провальных брендов в России [Электронный ресурс]. URL: <https://bbf.ru/magazine/23/4302/> (дата обращения: 19.03.2017).

6. Рекламная кампания Skittles и Wrigley [Электронный ресурс] URL: <http://potrebnadzor.ru/ru/zhaloby/reklamnaya-kampaniya-skittles-i-wrigley-1468.html> (дата обращения: 12.03.2017).
7. Чиннова Н.В., Никитина Н.С. Шоковые технологии в рекламе как способ актуализации социальных проблем. [Электронный ресурс] URL: http://philology.s-vfu.ru/?page_id=1351 (дата обращения: 25.03.2017).
8. Шампунь Vidal Sassoon Wash and Go [Электронный ресурс]. URL: <http://76-82.livejournal.com/5423008.html> (дата обращения: 18.03.2017).
9. Pedrini – посуда и кухонные аксессуары из Италии [Электронный ресурс] URL: <http://www.arcten.ru/proizvoditeli/pedrini/> (дата обращения: 05.03.2017).

УДК 651

Мамедов А.Н. Аппозитивные словосочетания при переводе текстов печатной рекламы с немецкого языка на русский

Appositive word-combinations in the translation of texts of print advertising from German to Russian

Мамедов Артур Нарманович,
кандидат филологических наук, доцент кафедры Контрастивной лингвистики
Московский педагогический государственный университет
Mamedov Arthur Narmanovitsch,
candidate of philological sciences,
Associate Professor of the Department of Contrastive linguistics
Moscow State Pedagogical University

Аннотация: Задачей профессионального переводчика, осуществляющего перевод иноязычного рекламного текста, является нахождение функционального аналога, способного обеспечивать прагматическое воздействие на получателя перевода. Создание функционального аналога при переводе текстов печатной рекламы на русский язык предполагает сохранение их структурного содержания: аппозитивные словосочетания с субстантивными компонентами передаются атрибутивными словосочетаниями.

Ключевые слова: тексты печатной немецкоязычной рекламы, аппозитивные словосочетания, экспансия синтаксической структуры, функциональный аналог оригинала,

Abstract: The task of a professional translator performing the translation of foreign-language advertising copy, is finding a functional analogue capable of providing pragmatic impact on the recipient. Creating of a functional equivalent in translating the texts of print advertising in Russian language implies the preservation of their structural content: Appositive word-combinations with the substantive components can be translated in attribute phrases.

Keywords: german print advertising, appositive word-combinations, expansion of syntactic structure, functional equivalent of the original.

В рекламных публикациях немецкоязычных журналов “*Der Spiegel*” и “*Stern*” довольно часто встречаются интенционально маркированные словосочетания аппозитивного типа, которые именуют комплексные, универсальные продукты в сфере потребления. Употребление словосочетаний аппозитивного типа, которые служат для именованя предмета с его признаком, обусловлено коммуникативными потребностями (необходимостью обозначить ситуацию, сопутствующую основной, или обозначить ситуацию в виде

добавочного сообщения), и обосновывается, прежде всего, тем, что они являются экономичным средством обозначения сложных понятий и отношений между понятиями [1].

В рекламном предложении исследуемые языковые средства играют роль действенных средств экспрессивизации, вызывая яркие образные ассоциации. По нашему мнению, аппозитивные словосочетания, относящиеся к стилистико-синтаксическим приёмам экспансии структуры предложения [2], создают особую организацию высказывания, которое отличает такое высказывание от высказывания в «нейтральной» форме изложения и преследует цели осознанного воздействия на реципиента. Так, например, рекламный продукт, представленный в тексте аппозитивными словосочетаниями с «образной или оценочной характеристикой» [3, с. 114], *Trolley-Rucksack*», «*Wunsch-Gutschein*», «*Assistenz-System*», «*Fernlicht-Assistent*», *Normal-Modus*, *Sport-Modus*, *ECON-Modus*, *Stand-Lautsprecher*, *Akku-Schrauber* помогает реципиенту ярче представить себе сущность описываемых явлений: они оперативно добавляют новые когнитивные элементы в систему знаний индивида относительно свойств и качеств изделия.

В рамках данной статьи нас интересуют словосочетания аппозитивного типа при переводе текстов печатной рекламы с немецкого языка на русский.

Полученные данные имеют важнейшее значение для выработки программы действий переводчика применительно к переводу текстов немецкоязычной рекламы, направленной на реализацию коммуникативной интенции автора оригинала в форме создания текста на ПЯ (переводящем языке), представляющего собой функциональный аналог оригинала, потенциально способного обеспечивать прагматическое воздействие на получателя перевода. Авторскую интенцию следует воспроизвести по возможности, теми средствами, которые использовал и автор. Субъективно-эмоциональное отношение автора-

составителя рекламного текста получает своё эксплицитное воплощение в стилистико-синтаксических приёмах экспансии (повторы, перечисления, причастные и аппозиционные конструкции, аппозитивные словосочетания), которые помогают усилить восприятие положительных свойств рекламируемого продукта. Данные специальные конструкции экспрессивного синтаксиса достаточно чётко воспринимаются адресатом и непосредственно участвуют в создании коммуникативного эффекта.

Переходим к переводу рекламных текстов с аппозитивными словосочетаниями, которые именуют рекламируемый продукт с указанием его отличительных признаков через название, внешний вид и форму.

Lenco iPod-Tower

Stylisher High Power Stand-Lautsprecher mit iPod-Dockingstation (geeignet für alle gängigen iPod-Modelle). UKW Radio mit 60 Senderspeichern, USB 2.0 Anschluss, SD-/MMS-Kartenleser, LED-Display, 2,1 Kanalsystem mit Bass- und Höheneinstellung, Audio-Eingang und UKW Wurfantenne. Inkl. Fernbedienung. Leistung: 90 Watt. Gewicht: 7,18kg. Wahlweise in den Farben Weiß oder Schwarz. Maße (BxHxT): 30,5x91,5x30,5 cm. (Der Spiegel №22/31.5.10: 117).

Lenco iPod-Tower

Стильный мощный напольный громкоговоритель внушительных размеров, с удобной док-станцией² для плееров iPod (совместима с любыми моделями iPod'ов) от фирмы Lenco. 2.1-канальная акустическая система³ с функцией регулировки низких и высоких частот оснащена FM радиотюнером с памятью на 60 радиостанций, высокоскоростным USB-входом (порт) версии 2.0, считывателем карт памяти (картридер) SD/MMC, светодиодным дисплеем, аудиовыходом, УКВ антенной. В комплект входит пульт дистанционного управления. Выходная мощность: 90Вт. Вес: 7,18кг. Модель доступна в двух цветовых решениях — белом и черном. Габариты (ширина, высота, глубина): 30,5x91,5x30,5 см (здесь и далее пер. наш — А.М.).

² Док-станция — это удобная и стильная база, которая позволяет подключать iPhone/iPod (продукты семейства компании Apple) непосредственно к системе развлечений и воспроизводить любимые композиции с превосходным качеством звука <http://higet.ru/logitech-anonsirovala-imidzhevye-dok-stancii-dlya-ipod.html>

³ Акустическая система Tower работает по схеме 2.1, то есть, в неё встроено два высокочастотных динамика и сабвуфер (прим.авт.)

Значение иноязычной реалии, переданной с помощью транслитерации „*iPod-Tower*“ (терминологизированное приложение), раскрывается в последующем «разъяснительном» переводе, благодаря развёрнутым словосочетаниям, подчёркивающим существенные признаки обозначаемого данной лексической единицей явления: «напольный громкоговоритель внушительных размеров с удобной док-станцией для плееров *iPod*».

Аппозитивное словосочетание „*Stand-Lautsprecher*“ употребляются рекламодателем в целях развертывания комментирующего пространства рекламного предложения и представления необходимого для данной ситуации атрибута в именной форме. При переводе весьма важно не просто зафиксировать основное имя денотата как базового элемента фрагмента языковой картины мира, но и представлять его признаковые составляющие. Компания „*Lenco*“ стремится поразить потенциального покупателя необычной формой, функциональностью и качеством. При переводе аппозитивного словосочетания с характеризующим компонентом „*Stand-Lautsprecher*“ следует использовать трансформы с инвариантным значением, способные вызвать коммуникативный эффект побуждения к приобретению товара. Характеризующий компонент, принадлежащий к признаковым словам, семантически соотносится с атрибутивным словосочетанием. В тексте ПЯ значение определяющего компонента, исходного существительного „*Stand*“ (стойка, стоячее положение), конкретизировано и передано соответствующим эквивалентом «напольный» (устанавливаемый на полу). Смысловыражение отношения «предмет-признак» осуществляется в тексте ПЯ заменой аппозитивного словосочетания атрибутивным, которое также обозначает «единое, хотя и сложное расчленённое понятие» [4, с. 10].

Очевидно, что при аппозитивных отношениях в большей степени, чем при атрибутивных проявляется расчлененность именованного предмета с его признаком. Формально это выражается в том, что прилагательное в атрибутивном словосочетании, будучи грамматически тесно привязанным к определяемому существительному, находится в полной грамматической зависимости от него. В аппозитивном словосочетании такой грамматической зависимости определяющего компонента от определяемого нет. Поэтому определяющий компонент способен в высказывании к обособлению [Кочеткова 2005: 121]. Тем не менее, мы считаем, что атрибутивное словосочетание ПЯ «напольный громкоговоритель» позволяет создать ту неповторимую тональность рекламного предложения, которая позволяет передать качества и достоинства продукта. Ведь именно напольная акустика отличается целым рядом современных технологических решений, призванных обеспечить максимально качественное звучание.

Следует признать, что исходное словосочетание „*iPod-Dockingstation* — док-станция для плееров *iPod*“, обладающее сложной пространственной структурой вызывает некоторые затруднения при интерпретации смысла. Отсутствие в словарном составе ПЯ специального обозначения для данного понятия в виде устойчивого словосочетания заставляет нас прибегнуть к приёму транслитерации и калькирования. При переводе исходного безэквивалентного сложного слова „*Dockingstation* — док-станция“ мы используем сочетание двух приемов — калькирования и описательного перевода, давая последний в сноске.

Итак, словосочетания аппозитивного типа с субстантивными компонентами передаются атрибутивными словосочетаниями, например:

Der Normal-Modus bietet die perfekte Balance zwischen Performance und Verbrauch. Im Sport-Modus entfaltet sich das volle Leistungspotential. Im ECON-Modus stellt das System auf maximale Effizienz um <...> Der neue www.honda.de (Der

Spiegel №22/31.5.10: 105).

Нормальный режим представляет собой отличный баланс между мощностью и расходом топлива. В спортивном режиме раскрывается весь потенциал мощности двигателя. Включение экономичного режима переводит автомобиль в состояние максимально эффективной работы.

При переводе аппозитивных словосочетаний с характеризующим компонентом „*Normal-Modus — нормальный режим*“, „*Sport-Modus — спортивный режим*“, „*ECON-Modus экономичный режим*“ следует использовать трансформы с инвариантным значением, способные вызвать коммуникативный эффект побуждения к приобретению товара. Характеризующий субстантивный компонент, принадлежащий к признаковым словам, семантически соотносится с атрибутивным словосочетанием. В данном случае мы, производя замену аппозитивного словосочетания с субстантивными компонентами атрибутивным словосочетанием, применяем другое, формально отличное, специфичное в данной функции грамматическое средство с целью адаптации структуры предложения к нормам русского языка:

Библиографический список

1. Мамедов А.Н. Интерпретация аппозиционных конструкций при переводе текстов немецкоязычной рекламы. Межвузовский сб. «Преподаватель XXI век» №3, 2011. С.284-293.

2. Мамедов А.Н. Стилистико-синтаксические приёмы экспансии немецкоязычного рекламного предложения при переводе на русский язык: Монография. М.: МПГУ, 2011. — 136с.

3. Кочеткова Т. И. Словосложение как средство номинации и предикации в современном русском языке: Дисс. ... д-ра филол.наук. — М, 2005. — 300с.

4. Виноградов В. В. Грамматика русского языка. Т.II. Синтаксис. Ч. I. М.: АН СССР, 1960. — 702 с.

СЕКЦИЯ 7. ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ

UDC 372.881.1

Novoseltseva L. From the conflict of cultures to the strategies of mutual understanding

От конфликта культур к стратегии взаимопонимания

Novoseltseva Larisa

Candidate of Philological Sciences, Associate Professor,
Romano-Germanic Languages and Translation Department,
Institute of Philology, Yelets State University named after I.A. Bunin

Новосельцева Лариса Алексеевна

Кандидат филологических наук, доцент
кафедры романо-германских языков и перевода Института филологии
Елецкого государственного университета им.И.А.Бунина

Abstract: The main features of a traditional English communicative discourse are discussed in the article. The author dwells on some differences between Russian and British communicative traditions. The commentaries are given to some special macro-strategies and micro-tactics which should be kept to in order to maintain certain traditional norms of a successful communicative act in English.

Keywords: macro-strategy, micro-tactics, Understatement, communicative discourse, distancing.

Аннотация: В статье рассматриваются основные признаки традиционного англоязычного коммуникативного дискурса. Автор сравнивает некоторые характерные особенности русского и английского коммуникативного акта. Прокомментирован перечень основных речевых макро-стратегий и микро-тактик, необходимых для поддержания традиционных параметров успешного коммуникативного акта в англоязычной среде.

Ключевые слова: макро-стратегия, микро-тактика, недооценивание, коммуникативный дискурс, дистанцирование.

Only in the second half of the XX century we recognized the necessity of teaching a foreign language on the basis of cultural traditions and values approved by the people who speak it. Since then a few perspective theories have been formed in linguistics and methodical science and now we can speak of various perspectives in

this field. First, it is necessary to mention the linguo-cultural approach to language studies (A. Wierzbicka, A.A. Dzhioeva , V.G. Ivanova), the communicative methodics in the frames of studying foreign culture (E.I. Passov), extracting the ecologo-linguistic component from the context as a constituent element of the national language picture (Belozyorova N.N., Kushnina L.V., Yuzmanov P.R.), constructing a translingual trajectory while studying and rendering the names of national realities (Lominina Z.I., Poteryakhina I.N.), etc.

Some scholars put forward the idea of bringing up a secondary-language personality having both hardware and software knowledge (Vanitchkina A.S.), which also has found its reflection in a new system of professional and socio-cultural descriptors of competences for those who are taught (Koryakovtzeva N.F.)

In the curricula of many linguistic departments (in Moscow University, for instance) about a third of academic hours allotted for foreign languages is fixed for the subjects representing ‘the world of a studied language’. The Pedagogical University “The 1st of September” offers the course of lectures by Prof. Kuzmenkova Yu.B.”The Strategies of speech behavior in the English speaking community”[1] for those teachers who are ready to raise their linguo-cultural and methodical potential for correcting the skills and abilities of communication.

So our attention is concentrated on the problem of considering the strategies and the tactics of maintaining the communicative act in compliance with the traditions as they have been formed and kept to by the bearers of British culture. This question has been studied quite profoundly by such Russian scholars as Dzhioeva A.A., Ivanova V.G., [Fomin A.G.](#), Kuzmenkova Yu.B., Ter-Minasova S.G., Topka L.V., [Yakimova N.S.](#) and some others. The most important concepts are arranged and represented in the following brief account that is to be of value for the English language learners.

If we are studying a communicative English discourse we could probably find a lot of certain features which distinguish it from a Russian one. Those characteristics are connected mainly with the habit of English people to seem less categorical in expressing their opinions and judgments, which we, Russians, often find it unusual, evasive and sometimes even dishonest. But we should not judge about this British habit from our points of view. And on the contrary, our style of communication often may seem impolite and even rude to an Englishman. So it is a fact of foreign culture and we should respect it and take into account. It is known that this variability of the world picture in different cultures is reflected and fixed in the language and visa-versa, national languages are able to mirror the world picture differently.

The more so if we speak about one's speech habits in a foreign language. Some Russians complain about the English words of caress as if they lacked the emotional component of semantics. They got this feeling while addressing some sweet words to their newly born babies. Or let us take another example. A lot of young Russians are in a habit of using strong vulgar (taboo) words, which is not something special, as for the English speaking people, especially those who are young it has also become a matter of course. But those English speakers who have learnt and used some Russian filthy words recognize the fact that they seem to be emotionally stronger and expressive than the native equivalents. However we can't say the same about their English synonyms which sound rather neutral for our ear, we've got used to hearing them in a lot of American films. So it does not depend on foreign sounding of a word that makes it more offensive or vulgar. This example is concerned with the question of foreign language acquisition and the culture of its usage.

Prof. Karen Hewitt in her book "Understanding Britain today" writes about this problem as well. «One way of distinguishing cultural values is to compare the 'communal' response and the 'individual' response. It is sometimes suggested that

Russians think in ‘communal’ ways and Americans in ‘individual’ ways. Using this way of thought, I suggest that the English seem to like defending themselves as members of small groups which they have, as individuals, helped to create» [3, p.294-205]. She believes that the English are distinguished by the culture of pragmatics, which presumes the ability to foresee the possible complications of the discussion and to work the way out of them. It is considered unfriendly and impolite to say about something (especially unpleasant) directly; it is essential to use some emphatic figures of speech, to speak positively or with circumlocutions, sometimes ironic ones, especially when they speak about themselves. Even the phrase “Sit down, please” they consider not to be very polite as it does not have any additional connotation giving a choice to the interlocutor to decline the offer if he does not feel like sitting. A better variant is “Would you like to sit down?” or “Why don’t you try to sit down?”

One of the unaccustomed for foreign interlocutors ways of maintaining a dialogue in an English speaking community is the macro-strategy of *Understatement* that could be rendered into the Russian language as “стратегия недооценки”. British people think it to be a sublimation of their sense of humor or rather self-irony, which concept is supported by Professor T.V. Larina [2, p.287]. To our mind this strategy is more or less related to the notion of being courteous or amiable/obliging, which is half-forgotten and seems out of fashion in modern society.

Now we are ready to collect and comment on some general characteristics of the English communicative discourse which were pointed out by many of the above mentioned scholars. These differences might be grouped or classified in different ways: we do not lay any claim to priority and exhaustion in this regard but are trying to arrange and represent them in a more or less compact way that could be convenient for learners. So all these linguo-cultural features are represented in seven points, some of them split into subdivisions.

1. Lexical peculiarities of the communicative discourse (is based on a certain choice of words).
2. Syntactic features (special ways of structuring sentences, making use of question tags, the ellipsis, the alternative question and so on).
3. Grammatical certainties (using of modal verbs, particles, double negations: three morphemes and affixed ones).
 - 3.1. Introducing detensifiers (various adverbs of degree – *almost, nearly, partially, hardly, quite, rather, sort of, scarcely*, etc.).
 - 3.2. Replacement of the Verb tense plan (using Past or Future instead of Present).
4. Changing morpho-syntactic characteristics (shift of negation).
5. Stylistic peculiarities (etiquette language forms and stylistic devices – litotes, euphemisms, meiosis as an opposition to hyperbole, parceling, etc.).
6. Using complimentary language forms.
7. Graphic certainties (while messaging).

So we can suppose that these differences cover not only the semantic field of lexis and the stylistic characteristics of lexical units but also the system of Tense and Aspect of grammatical forms of the Verb, which helps to reflect space and time orientation of the participants of the English language communicative discourse in a certain frame.

These features are to be taken into consideration while we are practicing our macro-strategies of *Understatement* and *Overstatement* in the process of communication with the representatives of British culture. The former presumes *maneuvering* and includes the micro-tactics of *distancing*, *evasion* and *allusion*; the latter provides for *responding* and is characterized as a process opposite to

understatement. Overstatement for its turn consists of *supporting* both the interlocutor and the communicative act as well as *being amiable* (complimentary).

Besides mastering these micro-tactics it is necessary to realize that we are prejudiced about what is called our national type of communication. On the one hand, Russian speakers should get rid of the excess of vertical hierarchical dependence which does not seem essential to an English speaker – that is our keeping to social and staff symmetry, following up gender, age and status relationships to our partners. On the other hand, we ought to be more reserved in the manifestation of horizontal egalitarian system in inter-personal relations with friends and colleagues.

The macro-strategies are providing for some technique which includes a few micro-tactical methods:

1. distancing oneself from the present situation (changing Present Tense into Past or Future);
2. using the tactic of a delicate hint/allusion (with the help of modifiers *somehow, just, sort of, etc.*);
3. practicing the micro-tactic of evasion in your judgments (*as far as I know, I don't suppose you would, why don't you, etc.*) sometimes using the indirect appealing to the addressee (*we'd like to remind everybody that they are not supposed to stay in the office after the bell rings*);
4. supporting the interlocutor with the help of tactical overstatement and hyperbole (*adore, love, hate, die, etc.*);
5. maintaining the perpetuity of the communicative act showing your exaggerating interest to the topic of discussion, using interjections and over-interrogations as the response to attention signals in the speech of your partner to attest your feedback;

6. demonstrating your amiability using various complimentary words and phrases (*fantastic, superb, terrific, horrible, etc.*).

6.1. (optional) Certain micro-tactical devices of maintaining a messaging communicative act.

The above mentioned strategies and tactical methods are to be mastered and trained in the process of intensive language communication with senior students. The imitable communicative situations could be arranged on the basis of discussions of urgent current problems raised in mass-media or extracts from belles-lettres works in the form of dialogues.

References

1. Кузьменкова Ю.Б. От традиций культуры к нормам речевого поведения британцев, американцев и россиян. Kuzmenkova Yu.B. From cultural traditions to the standards of speech behavior of the British, the Americans and the Russians. – М.: ГУ-ВШЭ, 2005 – 316 с.

2. Ларина Т.В. Категория вежливости и стиль коммуникации. Сопоставление английских и русских лингвокультурных традиций. Larina T.V. The category of politeness and the style of communication. // Серия Язык. Семиотика. Культура. – М.: Рукописные памятники древней Руси, 2009 – 507 с.

3. Hewitt K. Understanding Britain Today. – Perspective Publications: UK, Oxford, 2009 – 307p.

УДК 81232

Литвинчук И.Н. Восприятие и интерпретация текста как социально-речевого произведения в учебном дискурсе

The perception and interpretation of the text as social speech work in the educational discourse

Литвинчук Ирина Николаевна

кандидат филологических наук, доцент,
заведующая кафедрой языковой подготовки и специальных дисциплин, Академия строительства и архитектуры (структурное подразделение), Крымский федеральный университет им. В.И.Вернадского

Litvinchuk Irina Nikolayevna

PhD, Associate Professor,
Head of the Department of Language Training and Special Disciplines,
The Academy of Building and Architecture (structural subdivision),
Crimean Federal V.I. Vernadsky University

Аннотация: В статье обсуждаются психолого-педагогический и психолингвистический подходы к восприятию текстов как стимульного материала в учебной деятельности, в частности в процессе преподавания русского языка как иностранного. Текст рассматривается как социально-речевое произведение, то есть как конгломерат языковых структур и риторических правил, манифестация языковой личности, средство речевого воздействия и продукт смысловых интенций субъектов учебной коммуникации.

Ключевые слова: текст, дискурс, восприятие, психолингвистика, обучение русскому языку как иностранному.

Abstract: The article deals with psychoeducational and psycholinguistic approaches to the perception of texts as stimulus material in educational activities, specifically in the process of the teaching of Russian as foreign language. Text is considering as social speech work that is the conglomerate of language structures and rhetorical rules, the manifestation of lingual personality, the means of speech impact and the product of semantic intentions of agents of educational communication.

Keywords: text, discourse, perception, psycholinguistics, Russian language acquisition.

Изучение влияния различных стимульных учебных материалов на языковое сознание, речевую компетенцию и процесс аккультурации иностранных обучающихся различного уровня – в высшей степени интерпретативное исследование, в котором востребованы различные методики лингвистики и педагогики, психологии и культурологии, философии и этологии.

Благоприятную почву для таких исследований даёт дискурс обучения русскому языку как иностранному.

Текст является одним из ключевых понятий, способным объединить различные сферы человекознания. Для специалистов, вовлеченных в преподавание гуманитарных дисциплин, текст является одновременно и конгломератом языковых структур и риторических правил, и манифестацией языковой личности, и средством речевого воздействия в учебном процессе. Именно в тексте как базовом, элементарном средстве обучения иностранному языку и социально-культурной адаптации находят полноценное отражение рефлексивные процессы социального конструирования в современном и историческом, синхроническом и диахроническом аспектах.

Традиционно в рамках психолингвистического подхода текст рассматривался и в процессуальной, динамической проекции, т.е. как единица речевой деятельности, эксплицирующаяся в рамках речепорождения или речевосприятия, и в статической, т.е. как единица речевого мышления [14]. Такой подход позволяет интерпретировать текст в прагматическом ракурсе, то есть с точки зрения его автора, продуцента – говорящего или пишущего – и его адресата, реципиента – слушающего или читающего.

Процесс речепорождения и речевосприятия находится в фокусе методики преподавания русского языка как иностранного. Создание учебной программы, выбор методических подходов и приемов, педагогической стратегии и тактики, способы формирования текстового банка – буквально все аспекты методической работы опираются на моделирование процесса восприятия информации. Процесс передачи знаний о мире и многообразии его культур предполагает репрезентацию информации посредством высказываний и текстов, вербальных и невербальных, рациональных и эмоциональных. Прагматический подход к

тексту даёт возможность описать его как структурный элемент динамической системы отношений между объективной действительностью, автором текста, отражающим и структурирующим категории этой действительности, собственно текстом, соотносимым с индивидуальным сознанием, и реципиентом данной текстовой информации. Таким образом, любой текст, художественный или публицистический, фольклорный или научный, применяемый в практике изучения иностранного языка, приобретает статус «социально-речевого произведения» [19] в рамках деятельностно-коммуникативного подхода.

В изучении грамматики на современном этапе особое внимание уделяется категориям «субъект речи» и «восприятие» в рамках проблемы осмысления обучающимися языкового материала с точки зрения соотношения интерпретационных связей языка и речи [13, с. 72]. Понятие иллокутивного воздействия, введенное Д.Р. Сёрлем, детерминирует прагматику целенаправленной работы с текстом в педагогическом дискурсе: именно намерение говорящего произвести определенный эффект, который должен быть признан слушающим [35], формирует значение коммуникативного акта. Таким образом, текст приобретает статус многофункциональности: он может быть рассмотрен и как продукт речемыслительной деятельности, и как одна из сфер проявления культуры, и как «зеркало» психической жизни человека, и как «результат смысловых и коммуникативных интенций» [13, с. 114].

Важнейшей проблемой является моделирование процесса восприятия текста, поскольку этот процесс играет большую роль во многих областях социальной жизни. Восприятие текста, как отмечается в работах А.А. Потебни [29], Л.В. Щербы [34, с. 29], С.Л. Рубинштейна [25, с. 31], А.Н. Леонтьева [16], А.В. Лурии [18, с. 24] и др., – неоднородный многоуровневый процесс, в основе которого лежит непосредственное «чувственное» восприятие и осмысление

субъектом связей и отношений между элементами речевого сообщения. Результаты экспериментальных исследований, которые были проведены А.А. Брудным [6, с. 89], В.И. Беляниным [5], А.И. Новиковым [21, с. 4], Ю.А. Сорокиным [27, с. 90], свидетельствуют в пользу того, что в процессе смыслового восприятия знакового продукта у реципиента формируется субъективный образ текста, его проекция, которая может не совпадать с авторским замыслом. Отсюда вытекает необходимость изучения прагматики текста, то есть рассмотрения его с позиций индуктора, коммуникатора, говорящего или пишущего субъекта, являющегося автором данного текста, и реципиента, слушающего или читающего субъекта, воспринимающего адресованное ему сообщение-текст.

Перцептивно-прагматическая функция текста в онтогенезе когнитивной деятельности индивида как члена человеческого сообщества представляется бесспорной: «Мы видим и слышим, осязаем и познаём прежде всего чужими чувствами, чужим мышлением, чужой интуицией, воплотившими для нас своё видение в текстах» [11, с. 41]. Таким образом, любой учебный текст, задействованный в процессе изучения русского языка как иностранного, будь то текст для чтения и пересказа из учебника, отрывок из художественного произведения, чат-диалог в социальных сетях, статья в студенческой газете или в популярном публицистическом издании несёт в себе большую когнитивно-прагматическую нагрузку и формирует развернутый многоуровневый дискурс познания широкого ассортимента смыслов и значений, ценностей и норм чужой для обучающихся культуры.

С точки зрения изучения психолингвистического механизма восприятия и интерпретации учебного материала в изучении иностранных языков определённый интерес представляет идея о воздействии художественного текста как своеобразного «кода, трансформирующего самосознание и мировоззрение»

реципиента [17, с. 76]. В теоретических разработках М.М. Бахтина [1; 2] и А.А. Леонтьева [15, с. 64], раскрывающих влияние личности коммуникатора на эффективность речевого воздействия, представлена трактовка текста как связующего звена, посредника, обеспечивающего контакт личности коммуникатора-автора текста с личностью реципиента. Так, М.М. Бахтин отмечал, что восприятие текста диадично: в процессе восприятия и интерпретации текстовых структур читатель реконструирует личную позицию писателя, его духовный мир, его миропонимание и систему ценностей [2, с. 37]. Интересна идея об авторе текста как о своеобразном менеджере, который «управляет действиями и речевым поведением персонажей, и вместе с тем – восприятием читателя»: «Выбор автором языковых средств, с их речевыми потенциями, акцентов и оттенков в их использовании служит инструментом воздействия на читателя» [13, с. 71].

Теория субъективной психологии искусства, основоположником которой можно считать Л.С. Выготского [8], разрабатывалась в русле экспериментальной эстетики Г. Фехнера [31] и Т. Липпса, эстетики гештальта Г. Айзенка, концепции эмоционального формализма К. Пратта и Р. Портера. Данные исследования внесли вклад в решение актуальной проблемы выявления закономерностей восприятия текста и предсказания его воздействующего эффекта, обусловленной жесткой конкуренцией массовых информационных процессов: расширение сферы воздействия СМИ актуализирует поиск путей дифференцированного подхода к той или иной аудитории. Психоаналитический подход к изучению текста как реализации интенций авторского подсознания и вероятности соответствий между элементами текста и психическими особенностями автора осуществлялся Э. Берном, З. Фрейдом, Д. Раппопортом и др.

Д.Н. Овсяннико-Куликовский, как представитель психологического

направления в литературоведении и языкознании, отмечал, что понимание художественного произведения есть повторение процесса творчества, при этом всякое понимание есть непонимание и предполагает дальнейшую интерпретацию со стороны воспринимающего человека [22, с. 48]. Так, декодирование авторских смыслов художественного текста проходит три стадии: во-первых, это уровень языкового, логико-формального понимания текста, второй уровень – это понимание символического смысла лексико-семантических компонентов текста, формирование идейно-тематического представления. Все стадии восприятия и понимания текста обусловлены системой личностных предпочтений, психологических установок воспринимающего субъекта, сквозь призму которых преломляется авторская система значений и смыслов всех уровней, заложенная в тексте, в процессе формирования индивидуальной проекции данного конкретного текста. Как отмечает В.А. Маслова, «текст – это своего рода арена, на которой встречаются, сходятся сознание автора и сознание реципиента, где разворачивается подлинная драма постижения текста, включающая в себя противоборство и согласие, непонимание и озарение, открытие новых миров и переосмысление жизни» [19, с.179]. Поэтому естественным является представление о том, что коммуникатор и коммуникант, т.е. индуктор и реципиент текста, обладают различными системами индивидуально-психологического кодирования и декодирования структурно-семантического содержания текста, и как следствие – для них характерно различное видение содержания текстовых структур. На основе идей В. Гумбольдта [9] относительно антиномий, затрагивающих проблемы восприятия, развивался библиопсихологический подход к изучению последнего, состоявший в выявлении психологического типа читателя. Так, Н.А. Рубакин выдвинул положение о том, что читатель избирательно относится к выбору текстов и отдаёт

предпочтение тем произведениям, автором которых является психологически «родственная» личность [24, с. 46]. Действительно, такой подход может оказаться весьма плодотворным в практическом отношении: это создаёт возможность спрогнозировать объём конъюнктурного спроса на конкретный текст, например, на публицистическое или художественное произведение, и сориентированный на него круг читателей.

Исследования в отечественной экспериментальной психолингвистике выявили несколько направлений в изучении закономерностей восприятия текста. Так, в работах А.А. Брудного [6], Л.П. Добраева [10] и др. основное внимание уделяется анализу формально-грамматической структуры текста, когда при анализе результатов восприятия исследуемых текстов характеристики реципиентов остаются нерелевантными для исследователей. Т.М. Дридзе [11], Я.А. Микк [20], Ю.А. Сорокин [26] исследовали причины вариативного понимания текста различными группами реципиентов. В работах третьего направления, например, Л.С. Школьник, на основе анализа процесса смыслового восприятия и оценки этих текстов к той или иной семиотической группе [33]. Исследования восприятия художественного текста показали, что степень понимания текста зависит от различных, в том числе от субъективных, факторов: и от уровня языковой компетенции субъекта речевой деятельности, которая осуществляется как на родном, так и на иностранном языке [12], и общего эстетического развития того, кто говорит и пишет, и от его осведомлённости в предмете речи, и от его возраста [3]. Было предпринято также оценивание влияния сложных структур текста, в частности риторических фигур, на когнитивные процессы, лежащие в основе понимания текста, а также на систему оценок и мнений субъекта речевой деятельности в отношении различных социальных явлений [32, с. 431]. Для семантического пространства,

характеризующего восприятие текста как психолингвистической реальности, были выделены такие факторы-измерения, как «занимательность, научность, высокохудожественность, достоверность, ясность, понятность изложения, степень специализации текста, его практическая значимость» [23, с. 46].

Ежедневный опыт работы с различными учебными материалами в курсе преподавания русского языка как иностранного неоспоримо подтверждает тот факт, что восприятие текста, «глубина прочтения» его семантики обусловлены сложностью его синтактико-грамматического устройства. Так, в процессе понимания простых предложений и так называемых периодов, т.е. осложнённых полипредикативных высказываний с различными многообразными видами синтаксической связи, осуществляются ментально-когнитивные действия разной степени сложности. К числу факторов, осложняющих или упрощающих процесс восприятия, относятся также критерии соответствия или несоответствия морфолого-синтаксической структуры текста-стимула языковой норме в смысле общепотребительности. Например, выражение эмоционального отношения с помощью глагольного предиката (Ср.: *Он боится заболеть*) в традициях нейролингвистики трактуется как более «понятное», чем субстантивная конструкция (Ср.: *У него боязнь болезни*). Таким образом, восприятие речевой информации категориально, то есть оно обусловлено не только когнитивными и психофизиологическими характеристиками воспринимающего индивида, но и в большой мере – индивидуальным лингвистическим и сенсорным опытом, принадлежностью к определённой языковой и социальной среде [36].

Результаты вышеуказанных исследований закономерно приводят к представлению о процессе восприятия текста как об актуализации всего семантического поля реципиента, составляющие которого выступают в качестве эталонов сличения новой, «объективной» информации и уже имеющейся в

распоряжении реципиента, субъективной. Таким образом, по В.И. Белянину, при восприятии текста появление каждого последующего элемента текста подчинено не только вероятности, задаваемой текстом-стимулом, но и субъективной вероятности [4, с. 18], которая связана с особенностями системы его личностных смыслов.

Библиографический список

1. Бахтин М.М. Вопросы литературы и эстетики. – М.: Художественная литература, 1975. – С.92.
2. Бахтин М.М. Проблемы поэтики Достоевского. 4-е изд. – М.: Советская Россия, 1979. – С. 37, 67-71.
3. Беленькая Л.И. Ребенок и книги. – М.: Книга, 1969. – 169 с.
4. Белянин В.П. Психолингвистическая типология художественных текстов по эмоционально-смысловой доминанте. – Автореф. дис. д-ра филол. наук: 10.02.19 / МГУ им. М.В. Ломоносова. –М., 1992. – 37 с.
5. Белянин В.И., Ямпольский Л.Т. Экспериментальное выявление психологического тезауруса жанра текста // Общение: структура и процесс. – М.: АН СССР, 1982. – С. 90-100.
6. Брудный А.А. Значение слова и психология противопоставлений // Семантическая структура слова. – М.: 1971. – С. 89.
7. Выготский Л.С. Из неизданных материалов Л.С. Выготского // Психология грамматики. – М., 1968. – С. 69.
8. Выготский Л.С. Психология искусства. – М.: Искусство, 1986. – С. 14-27.
9. Гумбольдт В. фон. О различии строения человеческих языков и его влиянии на духовное развитие человечества. Пер. с нем. // Гумбольдт В. фон. Избранные труды по языкознанию. – М.: Прогресс, 1984. – С. 103.

10. Добраев Л.Л. Смысловая структура учебного текста и проблемы его понимания. – М.: Педагогика, 1982. – 176 с.
11. Дридзе Т.М. Текстовая деятельность в структуре социальной коммуникации. М., 1984. – С. 41.
12. Зимняя И.А. Психологические аспекты обучения говорению на иностранном языке. – М.: Просвещение, 1978. – 159 с.
13. Золотова Г.А., Онипенко Н.К., Сидорова М.Ю. Коммуникативная грамматика русского языка. – М.: Изд-во МГУ, 1998. – С. 64-73.
14. Колшанский Г.В. Соотношение субъективных и объективных факторов в языке. – М.: Наука, 1975. – С.138.
15. Леонтьев А.А. Психология общения. – Тарту, 1974. – С. 64.
16. Леонтьев А.Н. Проблемы развития психики. – М.: Изд-во МГУ, 1972. – 575 с.
17. Лотман Ю.М. Текст в тексте // Труды по знаковым системам. Вып. 6. – Тарту, 1981. – С. 76-78.
18. Лурия А.Р. Речь и мышление. – М., 1975. – С.24.
19. Маслова В.А. Параметры экспрессивности текста // Человеческий фактор в языке. Языковые механизмы экспрессивности. – М.: Наука, 1991. – С. 179.
20. Микк Я.А. Оптимизация сложности учебного текста. – М.: Просвещение, 1981. – 119 с.
21. Новиков А.И. Семантика текста и её формализация. – М.: 1983. – С. 2-4.
22. Овсяннико-Куликовский Д.Н. Литературно-критические работы. В 2-х т. – М.: Художественная литература, 1989. – С. 48.

23. Петренко В.Ф., Кучеренко В.В., Нистратов А.А. Влияние аффекта на семантическую организацию значений // Текст как психолингвистическая реальность. – М., 1982. – С. 42-54.
24. Рубакин Н.А. Психология читателя и книги. Краткое введение в библиологическую психологию. – М.: Книга, 1977. – С. 46.
25. Рубинштейн С.Л. Основы общей психологии. В 2-х т. – М.: Педагогика, 1989. – С. 31.
26. Сорокин Ю.А., Марковина И.Ю. Культура и её этнопсихологическая ценность // Этнопсихоллингвистика. – М.: 1988. – С. 14-29.
27. Сорокин Ю.А., Марковина И.Ю. Национально-культурные аспекты речевого мышления // Исследование речевого мышления в психоллингвистике. – М., 1985. – С. 90.
28. Сёрль Дж. Классификация иллокутивных актов // Новое в зарубежной лингвистике. Вып.17. Теория речевых актов. – М.: Прогресс, 1986. – С. 170-195.
29. Потёбня А.А. Из записок по русской грамматике. – Т. 3. – М.: Просвещение, 1968. – 551 с.
30. Фехнер Г. Т. Введение в эстетику. Семиотика и искусствометрия. – М.: Мир, 1972.
31. Чейф У.Л. Значение и структура языка. – М.: Прогресс, 1975. – С. 431.
32. Школьник Л.С. Речевое воздействие: основные проблемы и исследования // Проблемы организации речевого общения. – М., 1981. – С. 31-33.

33. Щерба Л.В. О тройном аспекте языковых явлений и об эксперименте в языкознании // Щерба Л.В. Языковая система и речевая деятельность. – Л.: Изд-во ЛГУ, 1974. – С.28-36.

34. Searle J.R. Seeing Things as They Are. A Theory of Perception. – Oxford University Press, 2015. – P. 94.

35. Varela F.J., Thompson E., Rosch E. The embodied mind. Cognitive science and human experience. – Cambridge (Mass.), 1993. – P. 23-28.

УДК 316

Мирзоева Ф.Р. Языковая корректность в контексте межкультурной коммуникации

Language correctness in the context of cross-cultural communication

Мирзоева Фатима Расуловна

кандидат культурологии,
профессор кафедры английского языка
Дипломатическая академия МИД РФ

Persikova Tamara Nikolaevna

Ph.D., professor, Chair of English,
Diplomatic Academy of the Ministry of Foreign Affairs of Russia

Аннотация. В статье рассматривается проблема построения иноязычной фразы не только, чтобы она была правильной с грамматической и лексической точки зрения, но и её корректности в контексте межкультурной коммуникации. Автор рассматривает отдельные проблемные ситуации в устной и письменной коммуникации и способы снять эти проблемы.

Ключевые слова. Межкультурная коммуникация, иллокутивные акты, статусно-ориентированный, жесты.

Abstract. The article looks into the construction of a foreign language phrase that might be correct from grammar and lexical point of view, but lack correctness as to cross-cultural communication. The author examines particular problems in oral and written communication and ways to avoid them.

Keywords. Cross-cultural communication, illocutive acts, status oriented, gestures.

В современной лингвистике вряд ли кто связывает глубокое усвоение иностранного языка с одной лишь языковой компетенцией. Изучение языка само по себе включает обращение к человеку и окружающему его миру. Очевидно, что язык и культура (в широком понимании), взаимно детерминированы. Хотя, В.Гумбольд и его последователи утверждают, что «...язык определяет мышление человека и процесс познания в целом, а через него культуру и общественное поведение людей, мировоззрение и целостную картину мира, возникающую в сознании» [1]. По поводу первичности культуры и языка в науке много споров, однако, непреложен тот факт, что язык несет в себе отпечаток исторического, географического, социального развития народа и, соответственно, картины мира

у разных народов не совпадают. Соответственно, изучая язык и формируя иноязычную культурологическую компетенцию необходимо научить студентов учитывать и считывать «картины мира», возникающие в сознании у носителей языка при общении.

Цель преподавания иностранного языка, с точки зрения межкультурной коммуникации, заключается в том, чтобы обучаемые с приобретением умений правильно говорить на том или ином иностранном языке, приобретали умения действовать адекватно социокультурной ситуации, выбирая правильные языковые средства. Иностранный язык изучается не только как новый способ выражения и восприятия мыслей, но и как источник сведений о национальной культуре народа. В этом путь к осуществлению диалога культур.

Умение правильно строить высказывания и адекватно к ситуации их использовать означает не только овладение конкретными нейтральными и стилистически окрашенными языковыми средствами, но и предполагает также знание характерных особенностей их использования. Знание речевого этикета народа и национального стиля вербальной коммуникации помогает избежать массы поведенческих и лексических ошибок при общении, а также, придает речи естественный характер, без которой никакая языковая деятельность не может быть успешной.

Речевой этикет определяется как речевая реализация регулярных закономерностей в гармонизации речевого поведения говорящих, и к нему относятся все речевые средства, направленные коммуникантами на поддержание отношений с адресатом речи и проявление внимания к нему. Речевой этикет предполагает такое поведение по отношению к иноязычному партнеру, при котором соблюдались бы нормы морали, нравственности, языковой корректности, а также умение найти такие способы языкового выражения мысли

в речи, которые не ущемляли бы его чувства достоинства и человеческие права бестактностью и прямолинейностью в отношении расовой, половой принадлежности, возраста, состояния здоровья, внешнего вида. Несанкционированные попытки обсуждать неприемлемые темы, такие как, например, политика, религия, доходы, частная жизнь могут спровоцировать блокировку коммуникации.

Для успешности коммуникации на иностранном языке с условием соблюдения речевого этикета главным является наличие достаточной коммуникативной компетенции. Особо исследователи выделяют так называемую иллокутивную компетенцию, т.е. способность надлежащим образом формировать иллокутивные (речевые) акты (пригласить, спросить, информировать) в соответствии с ситуацией общения. [2]

Речевой этикет не может сводиться к употреблению этикетных формул приветствия, прощания, благодарности, извинения и других специализированных этикетных единиц, поскольку он шире этих единиц. Он тесно связан с этнокультурными ценностями и поэтому имеет этнокультурные различия. Культура народа реально влияет на формирование языкового сознания и определяет этнические отличия между языковыми личностями. [3] В языковых мирах разных этносов находят отражение реалии и народно-этнических общностей. Так, у американцев при приветствии обязательна улыбка, а у русских - нет. Благодарность за услугу обязательна у всех европейских народов, но не нужна в Китае, если собеседником является друг или родственник.

Более того, речевой этикет имеет жанровую обусловленность, поэтому в жанрах деловой беседы, интервью, а также в семейном и дружеском общении приоритетны разные функции этикетных средств. Так, в деловой беседе наиболее востребовано смягчение воздействия на адресата и поддержание

коммуникативного контакта; в дружеских беседах – поддержание обратной связи с говорящим, проявление внимания к собеседнику, волнующим его событиям и сохранение тональности согласия. В английской культуре приоритетным, соблюдаемым во всех жанрах (где позволяет ситуация общения) подавляющим большинством коммуникантов, является снижение категоричности речи, проявление согласия и поддержание обратной связи с говорящим. Очевидно, что достижение успеха в межличностном иноязычном взаимодействии требует от собеседников знания композиционно-речевых основ и прагматических закономерностей построения доверительного дискурса.

Немаловажное значение наряду с речевыми средствами имеют жесты, мимика и так называемые проксематические средства, т.е. поведение в пространстве. [4] Поскольку жесты не всегда тождественны у разных народов, то желательно не употреблять или употреблять невербальные средства своей национальной культуры в минимальной степени. Так, для англичан считается нормальным позвать в ресторане официанта щелчком большого и среднего пальцев или сгибанием указательного пальца по направлению к себе. Но в любом обществе или просто на улице эти жесты будут считаться верхом невоспитанности. В английском общении скандирование при аплодисментах выражает неодобрение. Выражая неудовольствие, англичанин опускает вниз большой палец, а выражая недоверие или иронию, неоднократно сгибает большой палец правой руки. Выдвижение левого или правого плеча вперед — жест недружелюбия, нежелания вступать с кем-то в общение. С другой стороны, желательно вводить в речь и в поведение при речевом общении невербальные средства изучаемого языка, точно зная, что они не имеют отрицательную семантику и не запрещены этикетом. [5]

В речевом этикете практически всех народов можно выделить общие

черты. Так, практически у всех народов существуют устойчивые формулы приветствия и прощания, формы уважительного обращения к старшим и пр. Однако реализуются эти черты в каждой культуре по-своему. Общеизвестно, что в английском языке весь спектр значений некогда параллельных в этикетном плане форм *thou - you* заключен теперь в местоимении *you*. Все регистры контактов, от подчеркнута официальных до грубо-фамильярных, передаются другими средствами языка - интонацией, выбором соответствующих слов и конструкций.

Английское *Dear* используется в официальных обращениях, тогда как соответствующее ему русское «Дорогой» употребляется, как правило, в менее формальных ситуациях. Английский язык сохраняет, по меньшей мере, две устойчивые формы обращения к незнакомым людям (*Sir, Madam*), а в русском языке в настоящее время по существу узуальных вариантов нет вообще.

В качестве обращения к хорошо знакомым, близким людям независимо от возраста, разумеется, с согласия коммуникантов, в английском языке в настоящее время чаще всего используются собственные имена. Коммуникативная неформальность, характерная для английского общения связана с особенностями английской системы вежливости и обусловлена как процессами демократизации, так и индивидуалистическим типом культуры, характеризующимся низким уровнем дистанции власти. [6] В наши дни, как указывалось выше, приоритетным в английской коммуникации становится демонстрация равенства. Она проявляется в формулах обращения, которые наиболее чувствительны к социальным сдвигам, а также в формулах приветствия и прощания. О тенденции к статусному нивелированию в современном английском общении свидетельствуют такие факты как сокращение употребления обращений, состоящих из уважительных компонентов

Mr/Mrs/Miss; переход на обращение по имени; допустимость обращения по имени при ассиметричных отношениях. Помимо обращений, неформальность проявляется в формулах приветствия и прощания. Усеченные формулы типа - Morning (вместо Good morning) или при обращении к группе знакомых - Morning, guys - достаточно широко распространены. Та же тенденция прослеживается с использованием в приветствиях со словом - Hello. Его успешно заменяет неформальный Hi, перешедший из фамильярной формулы приветствия молодежи в нейтральное приветствие, т.е., например, достаточно часто студенты или коллеги приветствуют преподавателя или начальника при помощи формулы Hi и это не рассматривается в языке как проявление очевидной фамильярности.

Коммуникативная неформальность, характерная для английского языка в последнее время, связана не только с процессами демократизации общества, но и индивидуалистическим типом культуры, характеризующимся низким уровнем дистанции власти. В английской коммуникации принято демонстрировать равенство между собеседниками даже при наличии ассиметричных отношений. Русский стиль коммуникации является по сравнению с английским статусно-ориентированным. Наличие «ты-вы» форм, обращение по имени-отчеству, существенные различия в поведении коммуникантов при ассиметричных отношениях - являются тому подтверждением. Для русской культуры характерна более высокая статусная дистанция, а в английской – важнейшей культурной ценностью является равенство. Здесь проявляется различие в стилях коммуникации, которые необходимо принимать во внимание при планировании дискурса.

В США самыми распространёнными формами обращения (особенно к незнакомым или старшим по возрасту людям) являются слова Sir и Ma'am (или madam). Однако в США гораздо быстрее, чем в Британии, переходят к

обращению по имени и, как правило, стараются избегать употребления титулов. Тем не менее, к президенту США следует обращаться - Mr. President, к государственному секретарю Mr./ Ms. State Secretary, к сенатору - Senator, к члену палаты представителей конгресса - Congressman, к судье - Your Honor

В США также существует традиция обращаться к бывшим обладателям высоких постов по их прежнему титулу: Mr. President - к экс-президенту, Senator - к сенатору, который, может, уже давно оставил свой пост, и так далее.

К особенностям английского речевого этикета относятся также высокая степень внешней и бытовой приветливости. Реализация принципа вежливости в вопросительном акте определяется целым рядом обстоятельств. Прежде всего, сам вопросительный акт следует, очевидно, отнести к категории "невежливых", ибо, задавая вопрос, говорящий берет коммуникативную инициативу на себя и получает возможность контролировать действия слушающего как по характеру (побуждая его к ответной реакции), так и по содержанию (задавая тематику разговора). Другими словами, совершая такой акт, говорящий вторгается в сферу существования слушающего и тем самым нарушает правило не посягательства на его права, а также ограничивает его свободу выбора действий. Кроме того, вопрос может поставить слушающего в затруднительное положение в тех случаях, когда ему неизвестен ответ или он не намерен оглашать имеющуюся у него информацию.

При изучении формул речевого этикета, как указывалось выше, особое внимание следует уделить национальному стилю вербальной коммуникации [7]. Важнейшей чертой английского стиля коммуникации, является коммуникативная неимпозитивность - недопустимость прямого воздействия на адресата либо сведения его до минимума в тех ситуациях общения, где это воздействие приходится оказывать. Ярким примером проявления коммуникативной

неимпозитивности на вербальном уровне являются ограничения на употребление императива. [8. С. 18] Ограниченное употребление императива характерно не только для такого речевого акта, как просьба, предполагающего действие адресата в интересах говорящего, но и для таких речевых актов как приглашение, совет, предложение, в которых говорящий побуждает слушающего к действию - *Would you like to come to my party?* Или *I was wondering if you would like to come to my party?* Даже директивы, подлежащие исполнению, облачаются в форму, дающую ложное ощущение существования выбора - *Will you kindly open your bag?* (на таможне); *Could you come to my office for a moment?* (вызов к начальнику).

Косвенность выражения, смягчение повелительных интонаций вопросительного высказывания и, в целом, смягчение категоричности выражения служат надежными способами приобщения личности к иноязычным нормам речевого поведения в процессе обучения английскому языку. Например: *Could you tell me whether he works with you?* Или *I hope you don't mind my asking you but I was wondering if you could tell me whether he....?* (более вежливая форма)

Большое значение имеют те единицы речевого этикета, которые позволяют завязывать и поддерживать дружеские контакты с другими людьми, проявляя себя в качестве приятного собеседника – вежливого, внимательного, щедрого на похвалу. Для того, чтобы стать таким собеседником, надо уметь заметить и отметить хорошее во всем, что касается другого человека. (*Great looking car, you just got it?; Lovely dress!; Your house is gorgeous!; Your backyard is fantastic! You are so kind! Your children are so nice!*)

Таким образом, практическое овладение студентами иностранного языка означает сформированность у последних как языковой, так и коммуникативной компетенции, состоящей в свою очередь из лингвистического,

социолингвистического, социокультурного и прагматического компонентов, каждый из которых включает в себя знания умения и навыки.

Затронутые в статье моменты, как и многие другие факты, накопленные в области изучения речевого этикета, свидетельствуют о том, что хорошие навыки и умелое использование формул речевого этикета зависит в значительной мере не только от наличия у коммуникантов устойчивых языковых умений, но и достаточных социокультурных фоновых знаний, что, в конечном счете, формирует, наряду с другими компетенциями, общий комплекс коммуникативной компетентности.

Библиографический список

1. Гумбольдт В. Язык и философия культуры. М.: Прогресс, 1985.
2. Бедросова Г.Г. Роль речевого этикета в развитии у студентов коммуникативной компетенции. - М.: Материалы межвузовской науч.конф., 2005.
3. Персикова Т.Н. Развитие межкультурной компетенции как одна из задач обучения иностранному языку. / Язык. Культура. Общество. Актуальные проблемы, методы исследования и проблемы преподавания. Сборник статей. Под редакцией И.Е.Коптеловой. М.: 2017. С. 120-135.
4. Предтеченская Н.В. О межкультурной коммуникации и невербальных средствах общения. / Российский научный журнал. 2011. №22. С.258-262.
5. Верещагин Е.М., Костомаров В.Г. Язык и культура. Лингвострановедение в преподавании русского языка как иностранного. М.: Русский язык, 1976
6. Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация - М.: Слово, 2000
7. Ларина Т.В. Культура как стилеобразующий фактор//Межкультурная коммуникация и перевод. Сборник. - М.: 2005. - с.71-75.
8. Бакина С.В. Особенности английских и русских коммуникативных традиций при выражении просьбы. – М.: Материалы межвузовской науч.конф. «Язык как фактор культурной дипломатии». М.: 2017. С. 16-19.

УДК 316

Персикова Т.Н. Трудности невербальной и паравербальной коммуникации при межкультурном общении

Difficulties of non-verbal and para-verbal cross-cultural communication

Персикова Тамара Николаевна

кандидат культурологии,
профессор кафедры английского языка
Дипломатическая академия МИД РФ

Persikova Tamara Nikolaevna

Ph.D., professor, Chair of English,
Diplomatic Academy of the Ministry of Foreign Affairs of Russia

Аннотация. Помимо вербального общения, большая часть информации передается невербально и паравербально. Автор рассматривает трудности в общении между говорящими на русском и английском языках и предупреждает о возможных ошибках и недопонимании.

Ключевые слова: невербальное и паравербальное общение, дистантная культура, интонация, молчание.

Abstract. Besides verbal communication, the most part of information is transferred non-verbally and para-verbally. The author examines the difficulties in communication between the Russian-speaking and English-speaking people and warns about possible mistakes and misunderstanding.

Keywords: non-verbal and para-verbal communication, distant culture, intonation, silence.

Ученые подсчитали, что при межличностном общении только 7% информации передаются с помощью слов, а остальные 93% с помощью невербального (55%) и паравербального (38%) поведения участников процесса коммуникации. Неумение правильно использовать или пренебрежение средствами невербальной и паравербальной коммуникации при межкультурном общении может создать серьезные проблемы для его участников. Следовательно, при обучении иностранному языку необходимо уделять внимание этим важнейшим аспектам человеческого взаимодействия, предвзявая возможные трудности.

Как известно, существует пять основных видов **невербальной коммуникации**: кинесика, такесика, проксемика, сенсорика, хронемика.

Кинесика представляет собой совокупность жестов, мимики, поз, телодвижений, движений глаз, используемых при коммуникации в качестве дополнительных выразительных средств общения. В российской культуре мы можем при приветствии на расстоянии помахать рукой из стороны в сторону, в Северной Америке такой жест означает прощание. Поднятые над головой сцепленные руки для нас означают «дружба», в американской культуре это знак победы. Наши культуры по-разному выражают пожелание удачи (мы держим кулачки, они скрещивают пальцы) и «оберег от сглаза» (мы плюем через плечо, они касаются дерева). И если основные эмоции, такие как, радость, страх, удивление, презрение, гнев, печаль, отвращение, проявляются одинаково всеми людьми, независимо от культуры происхождения, и не создают трудностей при межкультурном общении, то разное отношение к улыбке и ее роли порой приводит к недопониманию или взаимному неудовлетворению при общении русских и американцев: мы считаем их улыбки неискренними, они недовольны, что мы улыбаемся слишком мало. В своих телодвижениях и выборе поз американцы гораздо более независимы и свободны, чем россияне: американская культура позволяет не только в дружеском, но и в деловом контексте общения принимать позы «ноги на столе», «цифра 4» (когда одна нога сгибается в колене и лодыжкой укладывается на колено другой ноги), поза, при которой человек охватывает голову двумя руками и откидывается назад. Мы, в соответствии с нашими культурными нормами, гораздо более сдержанны в своих телодвижениях и часто вышеперечисленные позы трактуем как проявление неуважения к собеседнику или выражение высокомерия.

Такесика изучает роль и значение прикосновений при общении: рукопожатия, поцелуи, похлопывания, поглаживания, объятия. В общепринятом разделении культур на контактные и дистантные США и Великобритания гораздо

ближе к крайней степени дистантности, чем Россия, поэтому в их культурах прикосновение к человеку считается неприемлемым, ибо это проникновением в его суперинтимное пространство. Мы порой допускаем прикосновение к человеку для привлечения его внимания, хотя в дипломатическом протоколе это недопустимо. При этом необходимо помнить, что в американской культуре присутствуют и национально-этнические меньшинства, в частности, относящиеся к контактной культуре афроамериканцы с иными правилами тактильного поведения. При общении с американцами нужно быть готовым к сильному и энергичному рукопожатию, что в их культуре, где ценится спорт и атлетизм, считается проявлением силы характера. Поэтому при рукопожатии американцы могут активно покачивать сцепленные руки от трех до семи раз.

Проксемика изучает использование пространственных отношений и расположение людей при коммуникации. Термин был предложен Эдвардом Холлом, который разделил зоны общения на интимную, личную, социальную и публичную, следует отметить, что пределы личной зоны, в которой в основном происходит межличностное общение, различны для российской культуры, с одной стороны, и американской, а также британской культур, с другой. Границы личной зоны для американцев и британцев проходят на расстоянии от 45 до 120 см от человека, поэтому межличностное общение представителей этих культур проходит на дистанции примерно в 90 см друг от друга. В интимную же зону не позволено проникать никому, кроме самых близких людей. В российской культуре эти зоны короче: достаточно посмотреть на то, на каком расстоянии друг от друга как мы стоим в очереди. Поэтому при межкультурном общении с американцами или британцами мы, находясь в личной зоне общения для своей культуры, поневоле проникаем в интимную зону этих, более дистантных культур.

Хронемика рассматривает использование времени в невербальном

коммуникативном процессе. Согласно теории Э.Холла, американцы и британцы относятся к монохронной модели культуры: они в определенный момент времени выполняют только одно дело, для них высока ценность обязательств, контрактов, назначенных сроков исполнения работ, они достаточно пунктуальны и для них дело важнее человеческих отношений. По некоторым российским исследованиям, например Садохина А.П., российская культура более полихронна: для нас очень важны человеческие отношения, ценность личного обещания дороже контракта, мы способны выполнять одновременно несколько дел, легко меняем планы и сроки, не отличаемся особой пунктуальностью. Взаимодействие таких разных с точки зрения хронометрики культур чревато множеством проблем: нам нужно гораздо больше времени для того, чтобы «сломать лед», неизбежно возникающий на начальном этапе общения, - а американцы готовы сразу перейти к делу (“business comes first”); если российский выступающий видит интерес аудитории к его материалу, он будет с радостью отвечать на все вопросы, независимо от того, сколько на это понадобится времени, - американец же просто не станет отвечать на вопросы, чтобы не нарушать заранее оговоренный временной регламент.

Сенсорика отвечает за использование всех органов чувств человека при восприятии собеседника: мы строим свое общение с партнером во многих степени в зависимости от того, как мы чувствуем его запах, воспринимаем цветовые сочетания его одежды, ощущаем тепло тела собеседника и т.д. В этой области почти не наблюдаются ярко выраженные культурные различия между Россией, США и Великобританией, которые могли бы спровоцировать межкультурный конфликт, проблемы скорее могут возникнуть на индивидуальном уровне.

В области **паравербальной коммуникации**, которая, напомним, отвечает

за восприятие 38% информации, выделяют *просодику* (такие ритмико-интонационные характеристики речи, как темп, беглость и интонация речи, тембр, высота и громкость голоса, сила удара и артикуляция) и *экстралингвистику* (включение в речь пауз, очередность и объем высказываний, кашель, вздохи, смех, плач и т.д. – то есть звуки, которые мы воспроизводим с помощью голоса, но которые речью не являются). Рассмотрим проблемные зоны в этой области.

Интонация. Типичные, привычные интонационные модели отличаются от культуры к культуре, и когда, говоря на английском языке, мы переносим в него свойственные российской культуре интонационные структуры, мы можем, сами того не желая, звучать грубо, пренебрежительно или даже оскорбительно для собеседника. Например, речевые формулы вежливости, в частности, выражение просьбы или приглашения: в русской культурной традиции просьбы и приглашения основаны на использовании повелительного наклонения, при этом, добавив слово «пожалуйста» или его эквивалент «будьте добры/любезны» и т.д., мы делаем свою просьбу вежливой. В английской культурной традиции вежливая просьба или приглашение всегда выражается вопросом: Не могли бы вы...?, не будете ли вы любезны...?, не хотите ли...? (could you/would you? would you like?) или хотя бы (среди близких) – Можешь...? Будешь...? Хочешь...? (can you/will you?) Поэтому наше «please» в английской речи не спасает ситуацию: мы все равно звучим так, как будто отдаем приказ.

Громкость голоса. Громкость речи настолько отличает одни культуры от других, что специалисты даже выделяют *тихие* и *громкие* культуры на основании тембровых и тональных особенностей языков. В Европе, например, осуждают американцев за их манеру говорить слишком громко. Для сдержанных англичан, которые направляют свою речь на нужного партнера, учитывая при этом не

только уровень фонового шума, но и расстояние между собеседниками, американцы кажутся слишком несдержанными с их излишней общительностью и открытостью, стремлением проявить свою компетентность и непременно заполнить паузы в разговоре. Сложно однозначно определить свойственную российской культуре громкость речи: мы, конечно же, не тихие, как восточные культуры, но и не такие громкие, как американцы. Громкость речи в нашей культуре во многом определяется контекстом, статусом, возрастом, эмоциональным состоянием собеседников, степенью вовлеченности в разговор и интересом к обсуждаемой проблеме.

Молчание и паузы в разговоре можно также рассматривать как экстралингвистические средства общения, которые приводят к дополнительным трудностям при межкультурной коммуникации, особенно с представителями восточных культур. С английскими собеседниками также не стоит бояться молчать, для них роль пауз достаточно велика. Однако россиянин, который привык считать, что молчание – знак согласия, часто ошибочно полагает, что убедил англичанина в своей правоте. Умение терпеливо выслушать собеседника, не возражая ему, далеко не всегда означает согласие в Британии. Грубым поведением считается, когда человек говорит слишком много, т.е. по мнению англичанина, силой навязывает другому свое мнение. И решения англичане принимают медленнее, чем, например, русские, поэтому и пауз в их речи больше. Американцы, для которых молчание даже в 2-3 секунды невыносимо (недаром они называют это время «pulling teeth» = выдергиванием зубов) с трудом переносят такую тактику ведения беседы.

Очередность в разговоре. Очередность логически вытекает из общего течения беседы. Умение не перебивать, но в то же время полностью высказаться – настоящее искусство. Коммуникативные модели построения разговора в

разных культурах различаются по своей структуре. Некоторые исследователи выделяют 2 речевые тактики по аналогии со спортивными играми: пинг-понг (настольный теннис) и боулинг. Пинг-понг – это речевая тактика, наиболее свойственна американцам: один человек говорит, но не долго, и передает слово собеседнику, как мяч на другую сторону стола, тот подхватывает и передает мяч назад. Разговор продолжается, пока он следует установленной структуре, а именно, достаточно быстрому обмену репликами. Если одна из сторон говорит слишком долго, другая начинает проявлять нетерпение, чувствуя, что противник монополизировал беседу. И наоборот, разговор прекращается, если собеседник не проявляет достаточную активность: не задает вопросы, не высказывается, не реагирует на «мяч» противника. Боулинг – это та игра, с которой сравнивают японскую тактику ведения разговора. В японской, достаточно формально структурированной беседе каждый из участников терпеливо и вежливо ждет своей очереди «завладеть мячом» (высказаться). Очередность и продолжительность речи зависит от статуса, возраста участников и взаимоотношений между людьми в группе. Высказывание, как и удар по мячу, рассчитывается взвешенно, внимательно и спокойно. Перебивать говорящего в японской культуре не принято – это знак проявления неуважения к говорящему.

Манеру разговора русских, как мне кажется, нельзя сравнить ни с одной из этих игр, и единственная игра, которой можно уподобить наш разговор - это футбол: мяч порой бессистемно и несколько неорганизованно переходит от одного игрока к другому, каждый удерживает его разное время – так долго, как ему удастся, а кто-то перехватывает без предупреждения. Если североамериканцы четко соблюдают правила вежливого слушания, не перебивают собеседника, вступают в разговор после того, как партнер высказался, но все участники игры в пинг-понг достаточно активны и обмен

репликами происходит быстро и организованно, - то в футболе инициативу захватывает тот, кто активнее и напористее. Конечно, когда разговор происходит между представителями различных культур, нормой для которых являются совершенно разные разговорные тактики, может возникнуть взаимное недовольство или даже конфликт.

Логическое построение высказывания: индукция – дедукция.

Структурируя свое высказывание и выбирая наиболее подходящий момент речи для презентации своей главной, самой важной мысли, русские обычно следуют логическому методу индукции: умозаключение от частных, единичных случаев к общему выводу, от отдельных фактов к обобщениям, от второстепенного к главному. Мы имеем тенденцию откладывать свой самый важный вывод на потом, на завершающий этап презентации, мы подводим слушателя к главному, предваряя высказывание основной мысли историей вопроса, представлением общей картины, этапов развития событий или предварительными объяснениями. Представители американской и британской культур, как правило, следуя логическому методу дедукции (от общего к частному), начинают свое выступление с высказывания самой главной и важной мысли, которую затем они будут подтверждать, доказывать, укреплять и иллюстрировать всей своей последующей речью. Поэтому, когда вы читаете статьи в англоязычной прессе, достаточно прочесть первый абзац, чтобы понять, ради чего была написана статья и что хочет сказать автор.

Разница в логическом построении высказывания приводит к тому, что русские, слушая своих западных партнеров по бизнесу, «расслабляются» в начале их презентаций, ожидая, что самое главное последует в конце, и, следовательно, пропускают суть, поневоле производя впечатление невнимательных, не очень заинтересованных или бестолковых. И наоборот, американец или британец в

самом начале высказывания своего русского партнера, когда он (иностранец) наиболее сосредоточен, очень внимательно выслушивает много мелких, несущественных деталей, в конце концов устает, начинает думать о своем и пропускает самое главное в выводах в конце речи.

В зависимости от того, какая *манера ведения разговора* наиболее свойственна той или иной культуре, исследователи разделяют все культуры мира на две группы:

- 1) культуры, манера разговора которых опирается на диалог-соревнование;
- 2) те, которым свойственно вести диалог-сотрудничество.

Россия относится к первой группе, при разговоре представители которой больше говорят, больше перебивают, готовы к тому, что их будут перебивать, говорят громче и быстрее, чем представители другой группы, любят споры и жаркие дискуссии.

Североамериканцы и британцы ближе ко второй группе, при разговоре представители которой говорят по очереди, используют звуки – индикаторы вежливого слушания: «хм», «а-а», «угу», «мм», избегают прерывания собеседника, реагируют на высказывания собеседника множеством вежливых позитивных ремарок.

Поэтому ожидаемый интерес к разговору у представителей этих двух групп совершенно противоположный. Часто для русского интересный разговор – это горячий спор, жаркая дискуссия с обсуждением разных точек зрения. И чтобы сделать разговор интересным, мы готовы «зажечь» своего американского собеседника заведомо провокационным высказыванием. Русские высказывают свою позицию открыто, активно, их цель – убедить собеседника, доказать свою правоту, следуя русскому высказыванию: в спорах рождается истина.

Американцы, в целом, не любят словесных перепалок и их сложно вовлечь, например, в жаркую дискуссию о политике (любимая тема разговора русских) или о чем-то другом. В американском обществе индивидуализма и широкого спектра разнообразных вкусов, мнений, течений, партий, вероисповеданий и т.д. гораздо важнее уважение к праву каждого человека на самовыражение. Если проанализировать манеру разговора англичанина (2я группа) и русского (1я группа), то сложится примерно такая же картина. Цель англичанина – найти точки соприкосновения, прийти к компромиссу, поэтому для него диалог – это не столько обмен информацией или поиск истины, сколько процесс установления и развития отношений. Русские открыты и искренни в разговоре, они готовы говорить о глубоко личных темах даже с незнакомцами (нам всем хорошо известны задушевные беседы со случайными попутчиками в поезде). Запретных тем для разговора в нашем обществе просто не существует. Мы готовы советовать, возражать, открыто критиковать, в соответствии с еще одной русской сентенцией: лучше горькая правда, чем сладкая ложь. У англичан же разговор ведется по правилам светской беседы – они придерживаются нейтральных и избегают опасных тем. Поэтому если англичанину нужен дополнительный стимул, чтобы открыто выразить несогласие (например, важность обсуждаемой проблемы, срочность принятия решения и т.д.), то русскому нужен дополнительный стимул, чтобы быть сдержаннее, оставить свое несогласие при себе (например, возраст или статус собеседника может стать сдерживающим фактором).

Следовательно, для того чтобы межкультурная коммуникация была более успешной, необходимо:

- быть готовым к разности культур как на уровне языка, так и в экстралингвистическом контексте, проявлять толерантность;

- изучать особенности невербальной и паравербальной коммуникации в культурах стран изучаемого языка;
- замечать и анализировать невербальный язык собеседника и подстраиваться под него;
- проверять понимание с помощью вербальных (вопросы, уточнения и т.д.) и невербальных (контакт глазами, кивки, позы и т.д.) методов обратной связи;
- делать паузы для того, чтобы слушатель имел время для обработки информации или выражения обратной связи;
- перефразировать сказанное, когда у собеседника возникают трудности: не повторять одно и то же громче, а высказать ту же мысль другими словами (повышение голоса может лишь ухудшить ситуацию, т.к. это часто связано с проявлением агрессии, нервозности, гнева).

Библиографический список

1. Коптелова И.Е. Публики и слово. // Слово. Предложение. Текст: анализ языковой культуры. 2016. № 10. С. 8.
2. Ларина Т.В. Категория вежливости и стиль коммуникации. М.: Языки славянских культур, 2009. 287 с.
3. Молочков Ф.Ф. Дипломатический протокол и дипломатическая практика. М.: Международные отношения, 1979. 248 с.
4. Предтеченская Н.В. Эмоции, мимические жесты и позы как жестовые знаки. // Язык. Культура. Общество. Актуальные проблемы, методы исследования и проблемы преподавания. М., Дашков и К. 2017. Сс. 159-168.
5. Рейман Тоня. Власть мимики и жестов. М.: АСТ, 2010. 352 с.

6. Садохин А.П. Введение в теорию межкультурной коммуникации. М.: Высшая школа, 2005. 310 с.
7. Экман Пол. Психология эмоций. СПб: Питер, 2010.
8. Hall Edward T., Hall Mildred R. Understanding Cultural Differences: Germans, French and Americans. Intercultural Press. USA. 1990. 196 с.

УДК 81

Поздеев И.М. Иностранные языки и глобализация

Pozdeev I.M. Foreign languages and globalization

Поздеев Иван Михайлович

курсант 1 курса

Каспийского института морского и речного транспорта
филиала ФГБОУ ВО «ВГУВТ» г. Астрахань

Научный руководитель

Фролова Ю.С., д.с.н., профессор кафедры

Гуманитарных дисциплин и английского языка

Каспийского института морского и речного транспорта
филиала ФГБОУ ВО «ВГУВТ» г. Астрахань

Pozdeev Ivan Mikhailovich

Ist course cadet

Caspian Institute Sea and river transport

Branch of FGBOU VO "VGUVT" Astrakhan

Scientific adviser:

Frolova Y., Doctor of Sociology, Professor of the Department

Humanitarian disciplines and English

Caspian Institute of Sea and River Transport

Branch FGBOU V VGUVT, Astrakhan

Аннотация: Языковая культура является важной и неотъемлемой частью культуры человека в целом. Прежде чем начать изучение иностранных языков в эпоху глобализации нужно понять суть процесса глобализации в ее культурно-коммуникативном и, в том числе, языковом плане.

Ключевые слова: глобализация, культурная коммуникация, иностранный язык, обучение

Abstract: Language culture is an important and integral part of human culture in general. Before we begin to study foreign languages in the era of globalization, we need to understand the essence of the globalization process in its cultural, communicative and, including, linguistic plan.

Keywords: globalization, cultural communication, foreign language, training

Глобализация –это процесс объединения народов, государств, связанный с увеличением границ, расширением отношений между государствами, а также создание единого политико-экономического пространства. Показательными примерами глобализации является создание, а также подписание декларации Организации Объединенных наций созданной в 1945году. (ООН).

Положительные стороны глобализации:

- 1) Она вызывает обострение международной конкуренции. Конкуренция в свою очередь ведет к расширению рынка чему предшествует углубление, специализации международного разделения труда.
- 2) экономия на масштабах производства- может привести к сокращению издержек и снижению цен, а следовательно, к устойчивому экономическому росту.
- 3) Так же она может привести к повышению производительности труда в результате рационализации производства на глобальном уровне а также развить конкуренцию в пользу непрерывного внедрения инноваций в мировом масштабе.

Помимо всего этого, глобализация имеет свои недостатки:

- 1) При глобализации в выигрыше остаются только богатые страны. Некоторые оппоненты считают что бывает и глобальная конвергенция доходов, полагая, что экономика бедных государств развивается более высокими темпами, чем богатых. На самом деле огромный темп прироста можно отнести лишь для группы стран Юго-Восточной Азии. Выгоды малоразвитых(бедных стран) от глобализации минимальны.
- 2) глобальная нестабильность из-за взаимозависимости экономики на мировом уровне. Локальные экономические колебания или кризисы в одной стране могут иметь региональные или даже глобальные последствия.
- 3) Опасения, что контроль над экономикой отдельных стран может перейти от слабых правительств к наиболее сильным государствам, многонациональным или глобальным корпорациям и международным организациям.
- 4) Наиболее высокий минус: противоречие между богатыми и бедными странами

И всё же – зачем изучать иностранные языки? В условиях стремительного сближения стран с экономической, политической, культурной и других точек

зрения, знать только родное наречие стало непозволительной роскошью. Иностранный язык (Английский) - это необходимый минимум, который может пригодиться любому человеку в любой момент. Иностранные инструкции, интересные книги и фильмы, путешествия - для доступа ко многим из этих благ человечества и реализации всего их потенциала нужно знать хотя бы один иностранный язык.

Важнейшим из глобализационных процессов является языковая глобализация, которая толкуется в этом словаре как «процесс чрезвычайно активного взаимопроникновения языков в условиях глобализации, характеризующий доминированием английского языка»

В настоящее время английский является языком межнационального общения. Это своего рода «lingua franca» мирового сообщества эпохи глобализации. По данным английского лингвиста Д. Кристалла, число людей в мире, говорящих на английском языке составляет более 1 млрд 100 млн человек, из которых только четверть признает английский своим родным языком.

Многие европейские государства имеют более чем вековой опыт межнационального общения посредством английского. Все более мы сталкиваемся с ситуацией, когда современные информационные технологии базируются целиком на материале английского языка, на международных научных конференциях все доклады читаются и публикуются на английском языке, а международные переговоры ведутся не через переводчика, а на английском языке с обеих сторон.

Согласно концепции голландского исследователя А.Д. Шваана, «английский язык занимает в мировом созвездии языков гиперцентральное место», при чем такое его положение поддерживается «механизмами саморазвития и саморасширения». По наблюдениям ученого, одним из факторов,

способствующих закреплению такой роли английского, является соперничество других языков и групп языков, а также чисто формальное признание идеала многоязычия элитами, которые в действительности умело используют в своих интересах преобладание одного языка. В пользу английского языка работает и тот факт, что большинство людей стремится осваивать языки, обладающие наибольшей «коммуникационной ценностью», и поэтому призывы лингвистов и политиков к многоязычию повисают в воздухе, особенно учитывая все более прагматически – рыночный характер отношений между людьми, придающий коммуникационной ценности языков денежное и «карьерное» выражение.

Изучение иностранных языков в эпоху глобализации имеет свои проблемы: Изменение содержания обучения иностранному языку, методов и средств обучения согласно требованиям.

Для достижения цели обучения иностранным языкам и подготовки обучаемых к реальному межкультурному общению преподавателям иностранного языка необходимо учитывать особенности межкультурной коммуникации, владеть современными коммуникационными и педагогическими технологиями.

Библиографический список

1. Открытый образовательный портал Linguis. Изучение языков как хобби. //Интернет-ресурс: <http://linguis.net/quotes-about-language-learning/>
2. Владимирова Л.П. Проблемы обучения иностранным языкам в эпоху глобализации. //Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. Проблемы языкознания и педагогики. – 2016 № 3 С. 107-108.

3. Мазетова Т.М. Роль английского языка в эпоху глобализации. // Образовательный портал “Инфорурок”. <https://infourok.ru/rol-angliyskogo-yazika-v-epohu-globalizacii-1188721.html>

4. Глобализация мировой экономики. // <http://www.grandars.ru/college/sociologiya/globalizaciya.html>

5. Что такое глобализация. // <http://estplusi.ru/kategorii/dengi/item/105-globalizatsiya-plyusy-i-minusy.html>

Электронное научное издание

**Литературоведение, лингвистика и
межкультурная коммуникация: актуальные
вопросы теории и практики**

Сборник научных трудов
по материалам I международной
научно-практической конференции

31 марта 2017 г.

По вопросам и замечаниям к изданию, а также предложениям к сотрудничеству
обращаться по электронной почте mail@scipro.ru

Подготовлено с авторских оригиналов



Формат 60x84/16. Усл. печ. л. 4,5. Тираж 100 экз.

Издательство Индивидуальный
предприниматель Краснова Наталья
Александровна

Адрес редакции: Россия, 603186, г. Нижний
Новгород, ул. Бекетова 53