

Учреждение образования
«Брестский государственный университет имени А. С. Пушкина»

**АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ
ГЕРМАНСКОЙ ФИЛОЛОГИИ
И ЛИНГВОДИДАКТИКИ**

Материалы
XXIX Международной научно-практической конференции

Брест, 28 февраля 2025 года

В двух частях

Часть 1

Брест
БрГУ имени А. С. Пушкина
2025

УДК 811.11+372.016:811.111'112.2(082)

ББК 81.2Англ+81.2Нем

А43

*Рекомендовано редакционно-издательским советом учреждения образования
«Брестский государственный университет имени А. С. Пушкина»*

Редакционная коллегия:

кандидат филологических наук, доцент **Е. Г. Сальникова** (отв. ред.)
кандидат филологических наук, доцент **О. Л. Зозуля**
кандидат филологических наук, доцент **М. В. Гуль**
кандидат педагогических наук, доцент **Л. Я. Дмитрачкова**

Рецензенты:

заведующий кафедрой теории и практики английского языка
УО «Белорусский государственный университет иностранных языков»
кандидат филологических наук, доцент **Т. И. Свистун**
доцент кафедры иностранных языков
УО «Брестский государственный университет имени А. С. Пушкина»
кандидат педагогических наук, доцент **Н. В. Иванюк**

А43

Актуальные вопросы германской филологии и лингводидактики : материалы XXIX Междунар. науч.-практ. конф., Брест, 28 февр. 2025 г. : в 2 ч. / Брест. гос. ун-т им. А. С. Пушкина ; редкол.: Е. Г. Сальникова (отв. ред.) [и др.]. – Брест : БрГУ, 2025. – Ч. 1. – 188 с.

ISBN 978-985-22-0916-8 (ч. 1).

ISBN 978-985-22-0915-1.

В материалах сборника рассматриваются актуальные вопросы лингвистических и литературоведческих исследований, а также лингводидактические основы и инновационные направления языкового образования.

Издание адресуется научным сотрудникам, преподавателям учреждений высшего образования, аспирантам, студентам.

УДК 811.11+372.016:811.111'112.2(082)

ББК 81.2Англ+81.2Нем

ISBN 978-985-22-0916-8 (ч. 1)

ISBN 978-985-22-0915-1

© УО «Брестский государственный
университет имени А. С. Пушкина», 2025

ПЛЕНАРНОЕ ЗАСЕДАНИЕ

Е. В. ПЛИСОВ

Россия, Нижний Новгород, НГПУ имени К. Минина

РОЛЬ ОБРАЗНЫХ СРЕДСТВ В РЕАЛИЗАЦИИ ДИСКУРСА ЗДОРОВОГО ОБРАЗА ЖИЗНИ (НА МАТЕРИАЛЕ НЕМЕЦКОЙ ПУБЛИЦИСТИКИ)

Здоровье как важнейшая характеристика человека становится одной из главных тем исследования гуманитарных наук. Смена эпох способствовала возникновению новых представлений о ценности здоровья в жизни человека и становлению различных подходов, в рамках которых изучались отдельные вопросы в отношении рассматриваемой категории [1]. Сегодня понятие «здоровье» как одна из главных ценностей человеческой жизни становится темой многочисленных научных дискуссий, которые ведутся в рамках философии, социологии, культурологии, психологии [2; 3]. В этой связи для нас представляет наибольший интерес исследование дискурса здорового образа жизни и определение роли образных средств в его реализации. Мы рассмотрим, какие именно образные средства используются в текстах, как они влияют на восприятие здоровья и благополучия, а также как способствуют мотивации читателей к изменению образа жизни.

Для исследования были отобраны публицистические тексты, размещенные на различных немецких сайтах и посвященные основным темам: инновационные пищевые бренды (<https://ido.bio>), экологически чистые продукты и услуги (www.lifeverde.de), организация свободного времени (www.schoenejahre.de), спортивная жизнь (www.sportaktiv.com), спортивная медицина (www.zeitschrift-sportmedizin.de), психология в жизни человека (www.psychologie-heute.de). Широкий спектр информации о различных сферах общественной жизни можно обнаружить на сайтах популярных немецких газет и журналов, где для поиска материалов по здоровому образу жизни можно воспользоваться разделами *Sport, Wissen, Sport & Leidenschaft, Gesundheit & Ökologie, Gesundheit, Leben, Lifestyle* и др.

Для проведения анализа методом случайной выборки были отобраны 40 публицистических текстов. Среди них 10 текстов интервью, 12 статей, размещенных на сайтах, чья тематическая направленность непосредственно связана со здоровым образом жизни, а также 18 статей из популярных немецких изданий. Важно отметить, что образные средства были обнаружены в 31 тексте из 40 в разном количестве. В текстах интервью встречается от 2 до 15 образных средств. В статьях, размещенных на специализированных сайтах, фиксируется от 1 до 10 образных средств на один текст.

Среди статей, размещенных на сайтах популярных немецких изданий, встречается от 1 до 6 средств на один текст. Стоит отметить, что проведенный анализ выявил почти равное количество используемых образных средств в материалах интервью и статьях, размещенных на сайтах популярных немецких изданий. Наибольшее количество образных средств было обнаружено в материалах, опубликованных на специализированных сайтах, что может объясняться их прямым участием в обсуждении и пропаганде идей здорового образа жизни.

Например, в статье *Tipps für einen gesunden Lebensstil: Wichtigkeit von Bewegung für die Gesundheit* [4], опубликованной на сайте спортивного журнала *Aktiv Radfahren*, автор знакомит читателей с полезными советами в области здорового образа жизни, особенно важными становятся для автора проблема отсутствия двигательной активности в жизни современного человека и последствия, которые могут при этом возникнуть. Обратимся к образным средствам, которые были обнаружены в содержании представленной статьи. Метафора *Sitzen ist das neue Rauchen* содержит в себе яркий семантический перенос значения на основе сходства признаков рассматриваемых понятий: состояний человека при полном отсутствии двигательной активности и курении. Автор использует пример простой, индивидуально-авторской метафоры, принадлежащей к антропоморфному типу (морбидальная метафора). Функциональный потенциал образного средства в данном контексте служит для убеждения читателя в необходимости ведения активного образа жизни. Метафора *Deutsche sind echte Bewegungsmuffel* служит разъяснением предыдущей метафоры. Семантический перенос значения также происходит на основе общего признака, выделяемого как у немцев, так и у людей в целом, которые пассивны в плане двигательной активности. Это позволяет нам говорить о том, что автор использует пример простой, общеупотребительной, антропоморфной, физиологической метафоры. Функциональный потенциал образного средства состоит в констатации факта, опирающегося на результаты исследования. В примере *Radfahren ist perfekt, da man zügig vorwärts kommt und sich dabei eine ordentliche Portion Gesundheit abholt* для определения сравниваемых понятий обратим внимание на контекст внутри предложения. Именно он помогает читателю понять, что езда на велосипеде несет в себе здоровье. Из этого следует, что семантический перенос значения происходит на основе общего признака. В данном примере речь идет также об индивидуально-авторской метафоре, принадлежащей к антропоморфному типу с реализованным подтипов морбидальной метафоры. Функциональный потенциал образного средства реализуется через активное убеждение читателя. Семантика метафоры *Wir müssen ... und unseren inneren Schweinehund Stück für Stück zurückdrängen* непосредственно связана с предыдущими примерами, и мы

можем предположить, что данное скрытое сравнение служит для обозначения нежелания современного немца вести активный образ жизни. Автор статьи использует простую, общеупотребительную, зооморфную метафору.

Анализ всех отобранных текстов показал, что антропоморфная метафора представлена двумя основными разновидностями – физиологической метафорой (осуществляется перенос свойств эмоционально-волевой сферы человека, его характера; достаточно продуктивна) и морбидальной метафорой (представлена в наибольшем количестве примеров). Социоморфная метафора представлена медицинской метафорой (имеет большую продуктивность среди представленных подтипов социоморфной метафоры), метафорой врача, метафорой социального взаимодействия и религиозной метафорой (все три сферы отличаются малой продуктивностью). Природоморфная метафора реализуется в двух основных разновидностях: как зооморфная метафора (осуществляется перенос характерных признаков представителей животного мира на установку человека к ведению здорового образа жизни) и водоморфная метафора (данная сфера отличается малой продуктивностью). Артефактная метафора отличается малой продуктивностью.

Таким образом, авторы современных публицистических текстов, посвященных здоровому образу жизни, активно используют различные образные средства при подготовке материалов, отдавая предпочтение антропоморфному типу метафоры в ходе выполнении метафорических переносов. Результаты исследования показали, что образные средства играют ключевую роль в формировании и распространении идей о здоровье и благополучии. Они не только привлекают внимание читателя, но и способствуют более глубокому восприятию и пониманию представленных в публицистических статьях идей.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Долгова, Е. П. Дискурс здорового образа жизни: конструирование смыслов образными средствами (на материале немецкого языка) : монография / Е. П. Долгова, Е. В. Плисов. – Н. Новгород : Мининский ун-т, 2021. – 162 с.
2. Железнякова, С. И. Философия здорового образа жизни: от моды к устойчивым общественным практикам / С. И. Железнякова // Контекст и рефлексия: философия о мире и человеке. – 2016. – Т. 5, № 5А. – С. 133–141.
3. Павлова, М. А. К постановке философской проблемы здорового образа жизни / М. А. Павлова // Вестник Поволжской академии государственной службы. – 2010. – № 3. – С. 201–206.
4. Nimrich, J. Tipps für einen gesunden Lebensstil: Wichtigkeit von Bewegung für die Gesundheit. – URL: <https://www.radfahren.de/gesundheit/tipps-fuer-gesunden-lebensstilbewegung/> (Zugriffsdatum:15.01.2025).

Н. В. ЗИНЕВИЧ

Беларусь, Минск, МГЛУ

**СПЕЦИФИКА ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ КАТЕГОРИЙ
СУБЪЕКТНОСТИ И АГЕНТИВНОСТИ
В НОВОСТНОМ ДИСКУРСЕ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ ТЕМАТИКИ**

1. Субъектность как дискурсивная категория

Прагматический переворот в лингвистике XX в. привел к тому, что сейчас на первый план уже уверенно вышли функционально ориентированные исследования, стремящиеся превзойти ограничения языковой формы и установить ее связь с внеязыковым контекстом, неотъемлемой частью которого она является. Как результат, в качестве основного объекта современного анализа выступает не столько язык сам по себе, сколько язык «в действии», т. е. дискурс – «связный текст в совокупности с экстралингвистическими – прагматическими, социокультурными, психологическими... факторами; текст, взятый в событийном аспекте» [1, с. 136–137]. И с какой бы степенью детализации внеязыковой контекст ни рассматривался, в нем всегда будет четко прослеживаться одна общая составляющая, а именно человеческое начало.

Учитывая первостепенную значимость человеческого фактора как организующего начала любого социального процесса, представляется чрезвычайно актуальным выявить закономерности выражения различных аспектов деятельности человека в социально значимых речевых практиках и установить специфику ее взаимосвязи с экстралингвистической ситуацией.

Для начала проследим, как человеческий фактор рассматривается в некоторых направлениях лингвистики дискурса. В. И. Карасик, Е. А. Селиванова, Т. П. Карпилович и другие ученые активно занимались изучением дискурса с точки зрения формирующих его категорий. Среди прочих исследователями были выделены такие **дискурсообразующие категории**, как *ситуативность, субъектность, модус, интенциональность, оценочность, эмотивность, экспрессивность, стратегичность, эвиденциальность, интертекстуальность* и др. В этом ряду для целей настоящего исследования особенно важна категория **субъектности**, поскольку она предполагает «все возможные формы участия говорящего в высказывании» [2, с. 48]. Следовательно, субъектность можно считать категорией родового порядка, включающей другие, более частные проявления человеческой природы. Таким образом, категориально ориентированное направление дискурс-анализа оставляет за человеком преимущественную роль субъекта речи. Вместе с тем учет ситуативности и интертекстуальности уже позволяет этому подходу получить доступ к широким социокультур-

ным факторам, оказывающим серьезнейшее влияние на коммуникативное поведение субъектов речи.

Рассмотрим далее, как человеческое начало учитывалось в **критическом дискурс-анализе** (далее – КДА) (М. Фуко, Т. Ван Дейк, Н. Фэркло). В отличие от предыдущей позиции КДА является в первую очередь социально ориентированным направлением и использует анализ языка для объяснения таких общественных практик, как механизмы властного контроля, социальное неравенство, дискриминация по различным признакам и др. [3, с. 10–11]. В КДА основным условием смысло- и текстопорождения является социокультурная среда, которая за счет укоренения выгодных властным элитам идеологий и социальных институтов определяет речевое и неречевое поведение членов общества, налагая на него существенные ограничения [3, с. 159–161].

Что касается места человеческого начала в КДА, то оно здесь максимально обобщено, поскольку теория фокусируется не на субъектах речи или индивидах, а на социальных ролях, выполняемых различными общественными группами, так или иначе участвующими в коммуникации, – так называемых *субъектных позициях* ('subject positions'). Согласно КДА, как сами дискурсы, так и субъектные позиции не выбираются коммуникантами, а задаются социокультурным контекстом и поддерживаются дискурсами в интересах властных групп [4]. Субъектные позиции устанавливаются на основе набора определенных личностно-профессиональных характеристик, необходимых для их реализации. Например: «слабая женщина», «мигрант-преступник», «сильный/слабый политик», «обыватель-невежа» и т. д. В целом диапазон субъектных позиций в КДА можно расположить на континууме от «угнетатель (*опрессор*) или иная социально привилегированная группа» до «угнетаемый (*подчиняемый*) участник коммуникации» [5, р. 121]. Таким образом, исходной точкой КДА является тезис о детерминированности речевого и неречевого поведения, а также идентификации различных социальных групп широким комплексом социокультурных, а также политico-идеологических факторов.

2. Агентивность как мера свободы действий субъекта

Как было отмечено выше, дискурс-анализ вообще и КДА в частности на первый план выводят вопрос о степени влияния социокультурных практик на степень свободы действий коммуникантов, что приводит ученых к обсуждению проблемы **агентивности**. Согласно S. Leipold и G. Winkel, агентивность – это «способность актора сделать себя релевантным агентом / действующим лицом в определенном дискурсе, что достигается в результате того, что он постоянно выбирает то, где, когда и как идентифицировать себя с определенной субъектной позицией в рамках данного дискурса» [6, с. 15]. Иными словами, агентивность – это «способность

действовать свободно,rationально и делать свободный выбор» [3, с. 28]. Помимо свободы выбора, агентивность также может предполагать определенные затраты энергии и степень контроля над ситуацией, волевой акт, способность инициировать процесс и преобразующий потенциал.

Согласно КДА, агентивность социальных акторов минимальна, поскольку смыслопорождение и восприятие происходят и оформляются только в социальных практиках, которые предзадают программу действий для социальных ролей и ограничивают ее жесткими рамками. С другой стороны, ряд концепций признают за индивидуумом значительную свободу в выборе своих действий, устранив ограничительных рамок и изменения доминирующих дискурсов [6].

Вместе с тем представляется, что отношения дискурсов, акторов и социальных практик целесообразнее представить как диалектические: 1) социо-культурные рамки (контекст) так или иначе детерминируют создание и оформление необходимых им дискурсов, дискурсы, в свою очередь, задают определенных субъектов/акторов; 2) последние, репродуцируя дискурсы, поддерживают социальные практики или, наоборот, оспаривая враждебные дискурсы, расшатывают их [3]. Диалектические отношения социокультурного контекста, дискурсов и их субъектов представлены на рисунке.

- 1) Контекст → дискурс → субъект
 2) Контекст ← дискурс ← субъект ИЛИ субъект × дискурс × контекст

Рисунок – Диалектические отношения социокультурного контекста, дискурса и субъекта

Таким образом, субъектность можно считать основной дискурсивной категорией, отвечающей за выражение различных проявлений человеческого начала в речетворческом процессе. Агентивность, в свою очередь, характеризует субъектов дискурса с точки зрения степени свободы действий в рамках данного дискурса. Разные меры агентивности, приписываемые социокультурными практиками различным субъектам, могут говорить о роли и статусе данных субъектов в обществе, указывая на роли «доминирующие» (наделенные высокой долей агентивности) и «подчиненные» (с низкой/отсутствующей агентивностью).

3. Методологические предпосылки исследования и результаты качественного анализа

Целью настоящего исследования является анализ англоязычного новостного дискурса экологической тематики с целью установления наиболее часто задаваемых субъектных позиций и степени их агентивности в решении экологических проблем. Выбор объекта анализа в данном

отношении оказался не случайным, поскольку именно в новостях можно проследить достаточно четко, как конструируется социальная реальность под влиянием доминирующих дискурсов, которые выбирают новости в качестве важного средства трансляции своих установок и их закрепления в сознании масс. Обращение к новостям экологической тематики связано с высокой степенью их социальной значимости в контексте непрерывно усугубляющегося экологического кризиса и необходимости разработки и осуществления программ для его предотвращения. В этом отношении особенно важно установить степень свободы действий (агентивность), которой доминирующие дискурсы наделяют различные социальные группы, и их возможный вклад в решение экологических проблем.

Проанализированный материал представлен 20 новостными сообщениями, отобранными с помощью метода сплошной выборки из экологически ориентированных публикаций новостных online-служб BBC, CNN и британской газеты The Guardian. Общий объем словоупотреблений в фактическом материале составил 10 538.

Субъектные роли в проанализированном материале устанавливались на основе применения методов дискурсивного анализа и анализа контекста. Таким образом в ходе исследования англоязычного новостного дискурса экологической тематики были установлены следующие субъектные роли:

- 1) *властные группы* (политики / бизнес-организации) демонстрируют обладание политическим и/или финансовым контролем над обществом;
- 2) *простые люди* (жертвы экологических катализмов / населения государств / обыватели);
- 3) *эксперты / борцы за защиту окружающей среды* включают представителей научного сообщества и экологических активистов, которые объединяются в одну категорию за счет наличия выраженного стремления к преодолению экологического кризиса путем принятия конкретных мер по его устраниению/митигации, например осведомленного информирования других дискурсивных субъектов и/или целенаправленной критики создавшегося положения вещей: *The National Trust urged the government to lead by example, both domestically and on the international stage; The report found the EU was on track to meet its target;*
- 4) *загрязнители окружающей среды;*
- 5) *средства массовой информации;*
- 6) *разрушительная стихия;*
- 7) *природа;*
- 8) *варианты решения экологических проблем: Wind and solar are growing.*

Последние три позиции предполагают персонификацию и наделение неодушевленных объектов человеческими характеристиками.

Агентивность, в свою очередь, традиционно определяется в результате анализа семантики глаголов, используемых для характеристики субъектных позиций. В данном исследовании использовалась семантическая классификация глаголов, предложенная У. Чейфом, который выделял следующие группы [7]:

1) глаголы-состояния. Сюда можно отнести разные «статичные» ситуации, описывающие экзистенциальные и посессивные характеристики субъекта (*to own; to live; to be common*); его умственное состояние (*to understand; to know; to believe*); целеполагание (*to aspire to; to intend; to want*); восприятие (*to see; to hear*); эмоциональное состояние (*to hate; to love; to be surprised; to be pleased; to welcome*); оценку (*to assess; it's worrying*); отношения (*to rely on*); идентификацию (*to be a member of smth*) и т. п.

2) непереходные глаголы-процессы, которые отвечают на вопрос «Что произошло с X и привело к изменению его состояния»? (*to start; to emerge; to burn down; to come into effect; to die; to disappear*);

3) глаголы-действия, отвечающие на вопрос «Что делает X?» (*to move; to flee; to escape; to return; to help; to use; to choose*). В отличие

4) от глаголов-процессов здесь уже прослеживается известная степень контроля субъекта над своими действиями. Следует также отметить, что среди глаголов-действий в новостном дискурсе видное место занимают глаголы речевой деятельности, используемые для передачи журналистами мнений и реакций действующих субъектов (*to say; to add; to warn*);

5) глаголы-действия-процессы, чье присутствие подтверждается, если они отвечают на вопрос «Что делает X так, что это приводит к изменению состояния Y-а»? (*to increase to minimize; to remove; to create; to devastate; to cause; to produce*). Как видно, к этой группе относятся каузативные глаголы созидания и количественно-качественных изменений.

Очевидно, что степень агентивности субъектов будет зависеть от доли описывающих их глаголов-действий и глаголов-действий-процессов, которые всегда предполагают наличие семантической роли агента. При этом важно учитывать только действия, реально имевшие/имеющие место. Поэтому при расчете агентивности в нашем анализе исключаются потенциальные действия, выраженные формами будущего времени (*The warning will be upgraded*), сочетаниями с модальными глаголами (*employers should facilitate...*), инфинитивными и причастными оборотами с семантикой потенциально возможного действия (*it would use the funding to continue the roll out of local charging infrastructure by providing...*).

4. Качественные результаты исследования

Представим с помощью таблицы употребительность субъектных позиций, выявленных в англоязычном новостном дискурсе экологической тематики, сопроводив их соответствующей им степенью агентивности.

Таблица – Агентивность субъектных позиций в англоязычном новостном дискурсе экологической тематики

Субъектная позиция	Употребительность субъектной позиции, % (по отношению к общему количеству проявлений всех субъектных позиций)	Степень агентивности субъектной позиции, % (по отношению к общему количеству ситуаций, описывающих данную субъектную позицию)
Властные группы	46	75
Простые люди	18	71
Эксперты / борцы за защиту окружающей среды	18	90
Разрушительная стихия	8	90
Варианты решения экологических проблем	7	39
Загрязнители окружающей среды	2,5	91
Средства массовой информации	0,5	80

Как видно из таблицы, наиболее распространенными субъектными позициями в проанализированном материале являются *властные группы* (46 %), в меньшей степени – *простые люди* и *эксперты / борцы за защиту окружающей среды* (по 18 %) и незначительно – *разрушительная стихия* и *варианты решения экологических проблем* (8 и 7 % соответственно). Такое соотношение свидетельствует о том, что англоязычные новости в первую очередь ориентированы на освещение доминирующих в обществе сил, а также показ их активной вовлеченности в социальную жизнь, в частности экологическую проблематику. Этот вывод подтверждается и достаточно высокой степенью агентивности, приписываемой властным группам (75 %). Полученный результат представляется закономерным, учитывая, что у политиков есть законные полномочия на управление обществом, а бизнес-структуры достигают этого за счет своей высокой финансовой ликвидности.

В то же время примечательно, что действия властных групп, о которых сообщают СМИ, не всегда непосредственно направлены на исправление экологической ситуации. Так, 16 % из всех глаголов, оформляющих агентивность властных групп, – это глаголы говорения (*say; declare; promise; add*). С одной стороны, это связано с тем, что журналисты должны максимально объективно передать мнения и реакции, указывая на их источник, с другой – это может говорить и о том, что сопутствующие глаголам говорения действия могут приписываться себе говорящим субъектом самостоятельно.

Также были зафиксированы случаи, когда политики выступают в качестве критиков принимаемых их оппонентами мер по защите окружающей среды, что, в частности, характерно для действий американского президента Д. Трампа: *He also intends to take action to end land and water leasing for wind energy, and undo the Biden administration's actions that promote electric vehicles.* Также в 15 % проанализированного материала властные группы осуществляют действия, традиционно квалифицируемые как направленные против поддержания экологического баланса на планете: *President Donald Trump withdrew the US from the landmark climate agreement for the second time.* В потенциальное ухудшение экологии могут быть вовлечены и бизнес-структуры: *Musk, the billionaire owner of electric carmaker Tesla, has boosted debunked conspiracy theories and thrown his support behind anti-immigrant and climate-sceptic parties in the UK and Germany.*

Перейдем к субъектной позиции *простых людей*. Ее степень агентивности также достаточно высока (71 %), однако более детальный анализ характера используемых для ее выражения действий показывает, что многие из этих действий вынужденные (*managed to escape; had to evacuate*). Также 9 % действий, приписываемых простым людям, – это глаголы говорения. Таким образом, относительно невысокая представленность *простых людей* в новостном дискурсе (18 %) и средняя степень их реальной агентивности могут говорить о том, что эта субъектная позиция в меньшей степени активна в новостном дискурсе и зачастую предстает как объект действий со стороны других субъектных позиций (простые люди страдают от воздействия стихий; принимают помощь от властных групп; просвещаются экспертами).

Далее, несмотря на среднюю степень представленности *экспертов / борцов за защиту окружающей среды* (18 %), их агентивность достаточно высока (90 %). Однако доля глаголов говорения здесь также высока – 61 %, что не дает возможности убедиться в серьезном действенном потенциале данной субъектной позиции. Таким образом, относительно низкая представленность данной группы в новостном дискурсе может свидетельствовать как о ее объективно невысокой роли в общественных процессах, так и о ее меньшей значимости с точки зрения СМИ.

В заключение кратко остановимся на менее частотных позициях, чья агентивность, тем не менее, достаточно высока (около 90 %): *разрушительная стихия и загрязнители окружающей среды*. В данном случае приходится констатировать самую высокую долю «эффективности» совершаемых «субъектами» действий: доля каузативных глаголов здесь самая высокая в выборке и составляет 45 и 41 % соответственно: *The city's health centre was also damaged by the landslides; Coal ... has pumped out more planet-heating pollution than any other energy source.* Все глаголы,

используемые для оформления действий данных «субъектов», – каузативные глаголы с семантикой негативного воздействия. Для сравнения: в вербальном репертуаре властных групп и экспертов / борцов за защиту окружающей среды доля каузативных глаголов составляет 16 и 13 % соответственно. В качестве основного средства устраниния стихий и их «антиноподы» можно рассматривать субъектную позицию *варианты решения экологических проблем*. Однако на данном этапе достаточно низка как ее представленаность (7 %), агентивность (39 %), так и доля соответствующих каузативных глаголов позитивного воздействия (33 %).

5. Выводы

Таким образом, дискурсивный анализ всегда социально ориентирован и стремится вскрыть закономерности смысло- и текстопорождения в связи с деятельностью человека в обществе.

Подводя итоги предпринятого анализа, можно отметить, что современный англоязычный новостной дискурс выделяет целый ряд акторов, с разных сторон вовлеченных в экологическую проблематику. При этом низкочастотные позиции *разрушительная стихия и загрязнители окружающей среды* демонстрируют наибольшую степень реальной агентивности, что отражает их неоспоримое негативное воздействие на планету, которому на данном этапе не могут дискурсивно противостоять даже частотные субъектные позиции с высокой агентивностью *властные группы и эксперты/борцы за защиту окружающей среды*. Кроме того, представляемые в новостях *варианты решения экологических проблем* также не могут конкурировать с негативным воздействием стихии и загрязнителей как в плане частотности, так и в отношении приписываемой им агентивности/действенности. Данный результат может свидетельствовать о том, что англоязычный новостной дискурс транслирует идею об отсутствии действенных решений экологических вызовов на современном этапе. Тем не менее властные группы – политики и бизнес-структуры – представляются как наиболее активные сознательные акторы на современной экологической арене.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Арутюнова, Н. Д. Дискурс / Н. Д. Арутюнова // Лингвистический энциклопедический словарь. – М. : Совет. энцикл., 1990. – С. 136–137.
2. Карпилович, Т. П. Коммуникативные категории научного дискурса / Т. П. Карпилович. – Минск : МГЛУ, 2018. – 159 с.
3. Чернявская, В. Е. Текст и социальный контекст: социолингвистический и дискурсивный анализ смыслопорождения / В. Е. Чернявская. – М. : ЛЕНАНД, 2021. – 208 с.
4. Van Dijk, T. Discourse – Cognition – Society: Current state and prospects of the socio-cognitive approach to discourse / T. Van Dijk // Contemporary Studies in Critical Discourse Analysis / ed. C. Hart. – London, 2014. – P. 121–146.

5. Stibbe, A. An ecolinguistic approach to critical discourse studies / A. Stibbe // Critical discourse studies. – 2014. – Vol. 11, iss. 1. – P. 117–128. – URL: https://eprints.utas.edu.au/10774/2/02whole_Fleming_PhD.pdf (date of access: 10.02.2025).
6. Leipold, S. Discursive agency: (Re-)Conceptualizing Actors And Practices in the Analysis of Discursive Policymaking / S. Leipold, G. Winkel // The Policy Studies Journal. – 2016. – Vol. 45, iss. 3. – P. 510–534.
7. Чейф, У. Л. Значение и структура языка / У. Л. Чейф. – 2-е изд., стер. – М. : Еди-ториал УРСС, 2003. – 424 с.

И. Ф. НЕСТЕРУК

Беларусь, Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

ТЕКСТОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК КОМПОНЕНТ СОДЕРЖАНИЯ ЯЗЫКОВОГО ОБРАЗОВАНИЯ

В последнее время все чаще ведутся дискуссии о смене научной парадигмы в исследовании языка и речевой деятельности как самоорганизующихся систем. Отталкиваясь от статики системного устройства языка с характерными для него четко зафиксированными парадигматическими отношениями, новая парадигма, опирающаяся на функционально-коммуникативную концепцию, подразумевает обязательный выход исследований на уровень текста и дискурса, где в вариативном воплощении тех или иных единиц, конструкций и категорий проявляется живая и уникальная по своей сути динамика функционирующего языка. В этой связи рассмотрение текстовой деятельности в качестве объекта обучения и изучения в области языкового образования в ситуации искусственного билингвизма выходит на первый план наряду с обучением рецептивным видам речевой деятельности, аудированию и чтению, где именно аутентичный текст занимает особое место. Поэтому актуальной, на наш взгляд, является точка зрения российского лингвиста, специалиста в области методики обучения иностранным языкам и переводу И. И. Халеевой, согласно которой «представляется целесообразным и потенциально плодотворным “привитие” концепта текстовой деятельности таким отраслям научного знания, как теория языкоznания и лингводидактика» [1, с. 25].

В современных работах лингвистического ракурса существует различное понимание текста и, как следствие, различные определения текста. В самом общем виде текст описывается как «продукт языковой и мыслительной деятельности людей, возникающий в результате процессов познания прямых и косвенных сообщений окружающей действительности» [2, с. 34].

В то же время некоторые исследователи указывают, что определение текста лишь как результата речевой деятельности требует принципиального

уточнения с психолингвистической точки зрения. Так, Л. Н. Мурzin и некоторые другие исследователи текста делают акцент на том, что текст есть не только продукт речевой деятельности, но и процесс его создания. Он не существует вне нашего сознания, вне процесса становления и восприятия. Поэтому текст по своей сути процессуален и динамичен и является результатом нашей словесной деятельности [3].

Существующие современные концепции исследования текста справедливо отрицают его автономность, подчеркивая зависимость текста от интерпретатора. Ориентируясь на читателя, автор реализует замысел на всех языковых уровнях, придает ему определенную модальность. Воспринимая текст, читатель исходит из его целостности и завершенности, интерпретирует его, следуя стратегиям и тактикам, заложенным автором в тексте, что является совместной, интенциально обусловленной деятельностью коммуникантов. Таким образом, постепенно изменилась сама форма постановки исследовательских задач. И если раньше лингвисты стремились, например, определить число и характер языковых единиц на каждом уровне языковой системы, перечислить коммуникативные ситуации, требующие употребления той или иной конструкции, описать наборы однотипных речевых актов, то сейчас, прежде всего, подвергаются анализу те внутренние механизмы языка, которые обеспечивают его способность выступать в качестве основного средства усвоения, накопления и передачи информации, то исследования в области лингвистики текста не могут не учитывать коммуникативно-когнитивный аспект, который включает в содержание своих исследований картину мира и ассоциативно-ментальную деятельность участников общения [4].

Теория текстовой деятельности, разработанная Т. М. Дридзе, доктором психологических наук, профессором социологии, создателем экоантропоцентрической парадигмы социологии и семиосоциопсихологической парадигмы, акцентирует свое внимание на внутренней интенциональности и цельности текстовой организации знакового общения: «Текстовая деятельность является содержательным механизмом знакового общения и включает в себя действия порождения и интерпретации текстов» [4, с. 125]. Стrатегическая цель обучения текстовой деятельности – развитие компетенций, позволяющих быть активным и эффективным участником межкультурной коммуникации. При этом следует заметить, что технология текстовой деятельности расширяет спектр изучения текста с позиций междисциплинарного подхода и не сводится только к анализу текста, т. е. «анатомированию» текста, а представляет собой иерархию коммуникативно-познавательных актов, включающих в себя и процесс порождения текста как «вторичного текста», так и оригинального авторского, содер-

жащего личностный конструкт реципиента с набором определенных дескрипторов.

Реализация технологии текстовой деятельности в контексте языкового образования способствует обучению восприятия и порождения текстов как форме социокультурного бытия и сознания, что может оказывать влияние на формирование картины мира обучаемых вообще и их профессиональной картины мира в частности, оказывая влияние на формирование компетентной языковой личности, способной выступать в роли медиатора в рамках кросс-культурного взаимодействия.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Халеева, И. И. Основы теории обучения пониманию иноязычной речи (Подготовка переводчиков) / И. И. Халеева. – М. : Высш. шк., 1989. – 238 с.
2. Таюпова, О. И. Коммуникативно-прагматическое варьирование в малоформатных прозаических текстах современного немецкого языка / О. И. Таюпова. – М. : Высш. шк., 2005. – 154 с.
3. Нестерук, И. Ф. Текст в современной парадигме лингвистического исследования / И. Ф. Нестерук // Известия Смоленского государственного университета. – 2016 – № 4 (36). – С. 145–153.
4. Карих, Т. В. Текстовая деятельность как объект лингводидактики : монография / Т. В. Карих. – Иркутск : ИГПУ, 2005. – 189 с.
5. Дридзе, Т. М. Текстовая деятельность в структуре социальной коммуникации. Проблемы семиосоциопсихологии / Т. М. Дридзе. – М. : Наука, 1984. – 232 с.

СОВРЕМЕННЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ЛИНГВИСТИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ

Д. В. АРХИПОВ

Беларусь, Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

К ВОПРОСУ О СПОСОБАХ ВЫРАЖЕНИЯ РЕЧЕВОГО АКТА ОБВИНЕНИЯ В СОВРЕМЕННОМ АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

Речевой акт является основной категорией в лингвистической прагматике, отражающей использование языка не только для передачи информации, но и для выполнения конкретных действий. В основе любого речевого акта всегда лежит интенция говорящего, подразумевающая определенные шаги, необходимые для реализации того или иного желания при помощи своих слов. Таким образом, речевой акт – это акт коммуникации.

В данной статье объектом изучения является речевой акт обвинения. Актуальность данной темы обусловлена высокой частотностью употребления данного речевого акта в коммуникативном поведении современного человека.

С позиций теории речевых актов любые высказывания, которые могут вызвать у адресата чувства неприятия, вины, враждебности по отношению к кому-либо или чему-либо, рассматриваются как речевые акты деликта (от лат. *delictum* – ‘поведение, противоречащее закону’). Разновидностями речевого акта деликта выступают речевые акты угрозы, упрека, оскорблений, обвинения и ряд др.

Речевой акт обвинения в современном английском языке представляет собой одну из форм коммуникации, которая играет значительную роль в различных контекстах – от личных взаимоотношений до судебных разбирательств. Обвинения варьируются от мягких намеков до чрезвычайно жестких утверждений и могут иметь разнообразные цели – от защиты собственных интересов до формирования общественного мнения.

Обвинение в современном английском языке может быть выражено как прямо, так и косвенно.

Прямыми способами выражения речевого акта обвинения считаются высказывания, в которых намерение говорящего выражено явно и прямо. Говорящий четко указывает на объект обвинения без каких-либо оговорок. К основным из них относятся:

1. «Ты/Вы» – утверждения (“You” – statements): *You are constantly lying!* *You stole my money!*

2. Употребление говорящим вопросительных форм, различных видов вопросов, особенно специальных: *Why on Earth did you do that? Did you tell everybody about my secret?*

3. Использование в речи глаголов обвинения (accusatory force verbs) – *to accuse, to blame, to charge*: *I blame you for destroying my life. He accused her of not being informed about the accident in time.*

4. Обвинение также может быть выражено предложениями, в состав которых входят модальные глаголы *must, should, to be to*: *You must have known about it yourself! You should have seen this coming. When were you to return my papers?*

5. Употребление условных предложений: *If you hadn't overslept, we wouldn't have missed the plane!*

6. Употребление говорящим негативных конструкций: *I can't believe you would do something like that!*

7. Использование оборотов *it seems..., it appears...*: *It seems they do not know how to behave themselves!*

8. Упоминание последствий: *Because of your actions, we ended up in this situation. Your decisions have led to these problems. By taking that risk, you violated our agreement.*

9. Использование обобщений. Обобщения являются эффективным способом выразить обвинение, указывая на аналогичное поведение типа (группы) людей, к которым принадлежит обвиняемый. Данный подход зачастую может стигматизировать объект обвинения: *People like you always think that they never do anything wrong.*

К косвенным способам выражения речевого акта обвинения относятся различные стратегические подходы, которые помогают избежать прямых формулировок при намерении обвинить кого-либо. Косвенные обвинения часто представляют собой намек или предположение о чем-либо негативном без прямого указания на вину адресата. Такая стратегия позволяет говорящему избежать возможного открытого конфликта.

К подобным стратегиям можно отнести следующие:

1. Использование говорящим намеков или неоднозначных фраз: *We noticed that some very important documents had disappeared...*

2. Использование страдательного залога: *The transaction is failed* (вместо *You failed the transaction*). В данном случае подразумевается, что кто-то мог быть ответственным за это, но кто конкретно – не указывается.

3. Говорящий может выразить обвинение и в виде вопроса (часто риторического), что добавляет к обвинению элементы сарказма или иронии: *Don't you think that such deeds are unacceptable for many reasons?*

4. Модальные глаголы *could* и *might* часто встречаются при формулировке косвенных обвинений, поскольку, несмотря на обвинение,

говорящий либо оставляет возможность для сомнения, либо подчеркивает, что адресат мог бы сделать что-либо иное: *You could have foreseen that. He might have helped his mother about the house!*

5. Выражение обвинения в рамках гипотетической ситуации: *If anybody ever learns about this, it no doubt would be a problem.*

6. Использование оценочных суждений/комментариев о содеянном: *I wonder how everything goes out of hand when you are in charge.*

7. Фокусирование на последствиях каких-либо действий без прямого указания на виновного в них: *It is pitiful that we always lack money to pay bills.*

8. Обсуждение поведения другого, взаимные обвинения: *People have been saying that some things aren't being handled properly.*

Косвенные способы, как правило, помогают избежать открытого конфликта, делают общение более дипломатичным, однако все равно передают суть обвинения.

Как прямые, так и косвенные способы выражения обвинения могут дополняться эмоциональной окраской, что делает их более выразительными и/или интенсивными. В таких случаях, как правило, используются наречия и прилагательные: *I can't believe that she is so easily turned my offer down.*

Прагматические особенности речевого акта обвинения связаны с многими аспектами, включая намерение говорящего, восприятие слушающего, контекст ситуации, в которой предъявляется обвинение, последствия обвинения либо стратегии, с помощью которых оно было осуществлено. В речи обвинение может быть смягчено для уменьшения конфликтности. Использование эвфемизмов, неопределенных формулировок помогает избежать прямой конфронтации.

Таким образом, обвинение как речевой акт имеет довольно сложную семантическую природу и требует учета лингвистических, контекстуальных и социальных факторов. Понимание его особенностей важно для эффективной коммуникации, интерпретации намерений собеседника, исключения недоразумений и открытых конфликтов.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Арутюнова, Н. Д. Коммуникативный аспект языка / Н. Д. Арутюнова. – М. : Высш. шк., 2003. – 204 с.
2. Сёрль, Дж. Теории речевых актов / Дж. Сёрль. – М. : Высш. шк., 1998. – 180 с.
3. Щербинина, Ю. В. Вербальная агрессия / Ю. В. Щербинина. – М. : КомКнига, 2006. – 360 с.

Л. В. БАБИНА

Россия, Тамбов, ТГУ имени Г. Р. Державина

ИНТЕРПРЕТАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ СРАВНЕНИЯ В СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЕ

Социальная реклама, получившая в России серьезный импульс лишь в последние десятилетия, привлекает неизменный интерес исследователей.

Целью данной статьи является рассмотрение процесса, определяющего создание и восприятие социальной рекламы, интерпретационного потенциала вербализованных и/или визуально реализованных сравнений, используемых в социальной рекламе.

Интерпретация, как отмечает Н. Н. Болдырев, – это «процесс и результаты понимания и объяснения человеком мира и себя в этом мире, процесс и результат презентации мира, которая основана, с одной стороны, на существующих общечеловеческих (коллективных) представлениях о мире и, с другой стороны, на его личном опыте взаимодействия с ним» [3, с. 254]. Выявляются первичная и вторичная интерпретации знаний о мире в языке, приводящие к созданию языковой системы и ее структуры. Вместе с тем интерпретация обеспечивает также формирование и восприятие текстов, что позволяет говорить о дискурсной интерпретации, которая направлена на конструирование предмета сообщения определенным образом, позволяющим не только отразить некоторое заданное индивидуальное мировидение, передать индивидуально-авторскую оценку, но и оказать определенное воздействие на воспринимающего текст субъекта. На наш взгляд, как создание, так и восприятие текста социальной рекламы определяются процессом дискурсной интерпретации, которая направлена как на передачу «авторского отношения к происходящим событиям, людям или объектам в процессе речевой деятельности» [1, с. 20], так и на формирование ценностной ориентации людей, их поведенческих установок. В качестве механизма дискурсной интерпретации может выступать «концептуальное сравнение», специфика которого в социальной рекламе заключается в том, что оно предполагает взаимодействие верbalного и визуального компонентов текста социальной рекламы.

Исследователи отмечают интерпретационный потенциал сравнения, который проявляется в том, что оно позволяет по-новому охарактеризовать «тот или иной объект, устанавливая черты его сходства и отличия по отношению к другому объекту» [2, с. 5], презентировать субъективное видение человека, его эмоционально-эстетический опыт. В тексте социальной рекламы используются сравнения разных семиотических систем, вступающие друг с другом в разные типы взаимодействия.

В результате исследования было выявлено, что в текстах социальной рекламы используются сравнения, которые получают как одновременно вербальную и визуальную, так и только вербальную или только визуальную реализацию. Сравнения, получающие одновременно вербальную и визуальную реализацию, могут находиться во взаимозависимой и взаимодополняющей корреляции.

На рисунке 1 представлена социальная реклама, призванная обратить внимание на проблемы «черного континента», такие как низкий уровень жизни, безработица, нехватка чистой питьевой воды, плохая развитость медицины, которые приводят к высокому проценту смертности населения.



Рисунок 1 – One dies, million cry. Million die, no one cries

В тексте рекламы используются вербализованные и визуально реализованные сравнения, находящиеся в взаимозависимой корреляции. Вербализованное сравнение тесно связано с визуально реализованным сравнением, представляющим собой два стендса, напоминающих огромные айпады, на которых нарисованы два знаковых объекта – яблоко, которое является логотипом Apple, и силуэт Африки. Очевидно, что требуется наличие определенных фоновых знаний, чтобы правильно интерпретировать данную рекламу, сравнивающую реакцию современного общества на смерть Стива Джобса, одного из основателей, председателя совета директоров и CEO корпорации Apple, и на смерть миллионов людей, проживающих в Африке. По данным Организации Объединенных Наций, около 12 млн жителей ЮАР нуждаются в пище и поддержке, а уровень недоедания у детей составляет 58 %. Однако модель ценностей современного общества такова, что представителей европейских стран мало волнуют проблемы Африки, погибающей от голода и засухи, на что указывает социальная реклама.

Серия плакатов социальной рекламы под заголовком «С некоторыми животными поступают, как с мусором» (рисунок 2) посвящена жестокому обращению с животными.



Рисунок 2 – Some animals are treated like garbage

В социальной рекламе используется вербализованное сравнение, которое передается глагольным сравнением *treat like* ‘to consider, regard, or deal with someone or something in a certain manner or as if they or it were a certain type of person or thing’ [4]. Следует также учитывать семантику слова *garbage* ‘any matter that is no longer wanted or needed; trash’ [4], которое в контексте рекламного плаката приобретает негативную коннотацию. Визуальный компонент представляет собой картинку связанного животного, которое приготовлено, словно мусор, на выброс.

Таким образом, создание и восприятие текстов социальной рекламы определяется процессом дискурсной интерпретации, одним из механизмов осуществления которой служит когнитивный механизм «концептуальное сравнение». Интерпретирующая природа сравнения заключается в том, что при сравнении происходит сопоставление объектов не только с целью акцентирования определенных характеристик, но и для выражения определенной оценки.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Беляевская, Е. Г. Дискурсивная интерпретация и реинтерпретация знаний о мире в языке / Е. Г. Беляевская // Вестник Минского государственного лингвистического университета. – 2016. – Вып. 19. – С. 18–27.
2. Блохина, Е. Д. Сравнение как способ вторичной интерпретации мира в языке : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 5.9.8. / Блохина Елена Дмитриевна ; Тамбов. гос. ун-т им. Г. Р. Державина. – Тамбов, 2024. – 23 с.
3. Болдырев, Н. Н. Язык и система знаний. Когнитивная теория языка / Н. Н. Болдырев. – М. : Яз. слав. культур, 2019. – 480 с.
4. The Free Dictionary by Farlex. – URL: <https://idioms.thefreedictionary.com> (date of access: 18.01.2025).

Д. З. БАРЫШОВА, С. Л. ЯКОВЛЕВА
Россия, Казань, КИУ имени В. Г. Тимирясова

АНАЛИЗ МОРФОЛОГИЧЕСКОЙ СТРУКТУРЫ ТЕРМИНОВ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА

В последнее время в сфере перевода терминологии интернет-маркетинга произошли значительные изменения. Если ранее основное внимание уделялось переводу специализированной литературы, то сегодня акцент сместился в сторону перевода материалов, связанных с цифровым маркетингом и его практическими аспектами. Наиболее востребованными стали переводы статей, инструкций, руководств и рекламных материалов, что обусловлено ростом значимости интернет-маркетинга в бизнесе и необходимостью эффективного взаимодействия между компаниями на международной арене. Это изменение связано прежде всего с динамичным развитием цифровых технологий и глобализацией рынка, что требует от специалистов по переводу глубокого понимания маркетинговых концепций и точного использования специализированной лексики.

В рамках нашего исследования была проведена выборка ключевых терминов из области интернет-маркетинга, основанная на материалах журнала *Harvard Business Review*. Данная работа направлена на углубленное понимание современных концепций и практик, применяемых в цифровом маркетинге. Кроме того, для каждого из выбранных терминов был осуществлен морфологический анализ, что позволило детализировать их структуру и функции в контексте маркетинговых стратегий. Такой подход обеспечивает более глубокое осознание не только лексической, но и семантической нагрузки терминов, что, в свою очередь, способствует более эффективному применению данных понятий в практике интернет-маркетинга.

В ходе нашего исследования была произведена тщательная выборка, результатом которой явился 101 ключевой термин, заимствованный из материалов интернет-журнала, что позволило создать обширную и актуальную терминологическую базу для анализа современных тенденций и практик в области интернет-маркетинга.

В результате работы выявлены тематические группы, охватывающие ключевые аспекты интернет-маркетинга. В первую группу входят основные маркетинговые концепции, такие как маркетинг, целевая аудитория, бренд и позиционирование, с упоминанием ключевых терминов. Вторая группа посвящена исследованию рынка, включая опросы, фокус-группы и поведение потребителей. Третья группа охватывает маркетинговые стратегии, такие как стратегический и тактический маркетинг, контентный и цифровой маркетинг. Четвертая группа включает инструменты и каналы, такие как социальные

медиа, email-маркетинг и веб-сайты. Пятая группа посвящена аналитике и метрикам, включая ROI (Return on investment) и KPI (Key Performance Indicator). Шестая группа касается продвижения и рекламы, включая традиционную рекламу и онлайн-рекламу. Седьмая группа охватывает продажи и распределение, включая каналы распределения и электронную коммерцию. Восьмая группа посвящена брендингу и управлению брендом. Девятая группа включает таргетированную рекламу, а десятая – этические аспекты, такие как защита данных и ложная реклама. Одиннадцатая группа охватывает новые тренды, включая виртуальную реальность и искусственный интеллект в маркетинге. Двенадцатая группа посвящена креативности и контенту, включая цифровой контент и сторителлинг. Последние группы касаются коммуникации и связей с общественностью. Эти тематические группы подчеркивают разнообразие и сложность современного интернет-маркетинга.

Для анализа терминов в области маркетинга использована классификация, основанная С. В. Гринев-Гриневичем.

1. По формальному признаку.

Корневые термины, такие как ‘marketing’ и ‘brand’, представляют собой простые слова, не включающие другие элементы. Сложные термины, например ‘target audience’, ‘unique solutions’, ‘market share’ – это двухкомпонентные термины, состоящие из нескольких слов, которые в совокупности передают специфическое значение. Аффиксальные термины включают производные от корневых слов с добавлением приставок или суффиксов.

2. По форме и происхождению.

Непроизводные термины (‘brand’ и ‘marketing’ и др.) являются терминами, которые не образованы от других слов. ‘Positioning’ рассмотрен как производный, т. к. он образован от корня с добавлением суффикса: корень – *position* (‘позиция’), суффикс *-ing*, который в данном случае указывает на процесс или действие, связанное с корнем. Таким образом, ‘positioning’ обозначает процесс определения или установки позиции, что делает его производным термином, образованным от основного слова ‘position’.

3. По морфолого-сintаксическому образованию.

Двухкомпонентные термины ‘unique solutions’ и ‘market share’ отнесены к композитным терминам, т. к. они состоят из нескольких элементов, образующих единое понятие. Композитные термины – это термины, которые состоят из двух или более самостоятельных слов, которые вместе образуют новое понятие. В случае с терминами ‘unique solutions’ и ‘market share’ они могут быть отнесены к композитным терминам, потому что состоят из следующих элементов: ‘unique solutions’: ‘unique’ – прилагательное, означающее «уникальный» или «особенный» + ‘solutions’ – существительное, означающее «решения» или «решения задач». Модель: *Adj + N*.

Вместе эти элементы образуют термин, который обозначает уникальные или индивидуальные решения для определенной задачи или проблемы. ‘*Market share*’: ‘*market*’ – существительное, означающее «рынок» или «сфера торговли» + ‘*share*’ – существительное, означающее «доля» или «часть». Модель: $N + N$.

Вместе эти элементы образуют термин, который обозначает долю или часть рынка, контролируемую определенной компанией или брендом. В обоих случаях каждый элемент термина имеет определенное значение, но вместе они образуют новое понятие, которое является более конкретным и специфичным, чем сумма значений отдельных элементов. Это характеризует композитные термины, которые используются для передачи сложных понятий и идей в различных областях знания.

4. По сфере употребления.

‘*Marketing*’ и ‘*brand*’ могут считаться общенаучными терминами, т. к. они используются в различных областях знания. Отраслевые термины: ‘*positioning*’, ‘*target audience*’, ‘*market share*’ являются терминами, специфичными для области маркетинга, что делает их отраслевыми терминами.

Таким образом, использование данной классификации позволяет более глубоко понять структуру и функции терминов в области маркетинга, а также их взаимосвязь с другими терминами и концепциями. Каждый из терминов, будь то корневой, сложный или производный, играет свою уникальную роль в формировании специальной лексики этой области.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Гринев-Гриневич, С. В. Терминоведение : учеб. пособие для студентов высш. учеб. заведений / С. В. Гринев-Гриневич. – М. : Академия, 2008. – 304 с.

О. Н. ВАЖНИК

Беларусь, Минск, БГПУ имени Максима Танка

ФОРМИРОВАНИЕ НАЦИОНАЛЬНОГО АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА В ПЕРИОД РАННЕЙ ИСТОРИИ БРИТАНСКИХ ОСТРОВОВ

Раскрыть сущность различных языковых процессов, показать причины и пути, обусловившие образование специфических особенностей, которые характерны для английского языка на современном этапе, а также понять современное состояние английского языка, его грамматические формы, фонетический строй и структуру его словарного состава возможно благодаря использованию исторического подхода.

Кельты были первой группой индоевропейцев, которые пересекли Европу. К концу V в. до н. э. они начали покидать свою родину к северу от Альп в Центральной Европе. Они расселились в Турции, юго-западной Испании и центральной Италии, всей Британии и Ирландии. По мере их продвижения развивались различные диалекты их языка. Кельты, поселившиеся в Турции, говорили на галатском, в Испании – на кельтиберском, а во Франции, Италии и Северной Европе – на галльском. Кельты, переселившиеся в Ирландию, а затем и в Шотландию, говорили на гайдельском (гэльском), а те, кто переселился в Южную Англию и Уэльс, говорили на бритонском (или британском диалекте).

В 43 г. н. э. римляне вторглись в Британию. Они оставались там почти четыреста лет, и практически вся территория современной Англии перешла под их контроль. Они ввели новый образ жизни и новый язык – латынь. Однако в Британии из латыни не развился новый язык, как это произошло с французским в Галлии и испанским в Испании. С середины III в. н. э. римляне становились все слабее по мере того, как германские народы Северной Европы захватывали все больше римских земель. В 410 г. н. э. римляне окончательно покинули Британию.

В 449 г. н. э. жители Ютландии на территории современной Дании – юты – прибыли в южную Британию, а англы, также выходцы из Дании, поселились в восточной Британии. В 477 г. саксы, пришедшие с территории современной Германии, поселились на юге и юго-востоке Британии. Юты, англы и саксы пришли в большем количестве и поселились на землях, принадлежащих британским кельтам. Юты остались в Кенте, на юго-востоке Британии, но англы двинулись на север, а саксы – на юго-запад. Постепенно они объединились в семь королевств на территории современной Англии и Юго-Восточной Шотландии. В VII в. королевство Нортумбрия, расположенное на севере, было очень сильным и представляло собой крупный образовательный центр. В VIII в. Мерсия, расположенная в центре, стала самым важным королевством, а в IX в. Уэссекс, расположенный на юге и юго-западе, стал самым сильным королевством.

Захватчики называли британских кельтов *wealh*, что означало ‘иностраниец’, а также ‘бритт’ и ‘раб’. Позже это слово стало означать и кельтов, и слуг. От *wealh* произошло современное английское слово *Welsh*. Сначала британские кельты называли всех захватчиков «саксами», но в VI в. слово *Angli* стало использоваться для обозначения всей группы захватчиков. Позже *Angli* стал *Engle*. Таким образом, от различных германских диалектов, используемых этими людьми, и получил свое развитие современный английский язык [1, с. 87].

Староанглийский – это язык, на котором говорили с середины V по середину XII в. на территории современной Англии и южной Шотландии. За

это время язык изменился и вобрал в себя слова из других языков. Существовало четыре основных диалекта древнеанглийского: западносаксонский (на юге и юго-западе), кентский (на юго-востоке), мерсийский (в центре и на востоке) и нортумбрийский (на севере). Диалекты имели небольшие различия в грамматике, словарном запасе и произношении.

В отличие от других завоевателей, англосаксы сохранили свой собственный язык и не изучали язык британских кельтов. Они также не включили в свои диалекты много кельтских слов; в древнеанглийском языке встречается всего около двадцати кельтских слов. Англосаксы позаимствовали некоторые кельтские слова для обозначения сельской местности, которые были для них новыми: например, слова *scrag* и *tor* означают ‘высокую скалу’, а *cumb* – ‘глубокую долину’.

Названия некоторых английских городов, например, Лондона и Лидса, являются кельтскими. Различные кельтские слова, обозначающие реку или воду, сохранились в названиях рек Эйвон, Эск и Уз, а также Темзы, где в основу положено кельтское слово, означающее ‘темная река’. Однако в древнеанглийском языке очень мало обычных кельтских слов.

В древнеанглийском языке в V и VI вв. насчитывалось некоторое количество слов, которые не принадлежали германскому языку. Это были латинские слова, которые англосаксы позаимствовали у римлян перед вторжением в Британию. Но их было немного – всего около пятидесяти. Вот несколько примеров: *straet* ‘улица’, *weall* ‘стена’ и *win* ‘вино’. Большинство англосаксов не умели ни читать, ни писать, но те, кто умел писать, использовали руны. Это были письмена, которые использовались германскими народами примерно с III в. н. э. Они были вырезаны на камне или оружии и часто использовались для обозначения того, что кто-то что-то изготавливал или чем-то владел.

Прибытие Августина и примерно сорока монахов в 597 г. внесло изменения в жизнь англосаксов в Британии и в древнеанглийский язык. Это была первая организованная попытка обратить жителей Британии в христианство. На севере люди узнали о христианстве от ирландского монаха Эйдана, который прибыл туда в 635 г. К концу VII в. все англосаксонские королевства были христианскими. Ряд латинских слов вошли в древнеанглийский язык: около 450 встречаются в древнеанглийской литературе. Некоторые из них были посвящены жизни церкви: например, *tipisc* ‘монах’ и *scol* ‘школа’. Другие были словами, обозначающими предметы в доме: *fenester* ‘окно’ и *cest* ‘сундук’. Некоторыми латинскими глаголами были *spendan* ‘тратить’, *sealtian* ‘танцевать’ и *tyrnan* ‘кружиться’.

Словарный запас древнеанглийского языка был почти полностью германским. Большая его часть – около 85 % – исчезла из современного английского языка и была заменена словами из латыни или французского языка. Однако многие из наиболее часто используемых в современном ан-

глийском языке слов заимствованы из древнеанглийского языка. Вот несколько примеров: *the*, *and*, *can* и *get*. Другие слова в современном английском языке, пришедшие из древнеанглийского, обозначают очень простые вещи и действия. Вот несколько примеров: *mann* ‘человек’, *cild* ‘ребенок’, *hus* ‘дом’, *etan* ‘есть’, *slsepan* ‘спать’ [2, с. 116].

Другие слова, сохранившиеся из древнеанглийского, – это названия мест. Англосаксы использовали *ford* для обозначения ‘места, где можно пересечь реку’, *ham* – для ‘деревни’, *ton* – для ‘фермы’ или ‘поселка’, а *wic* – для ‘дома’ или ‘поселка’. Эти слова сохранились во многих названиях, например, Оксфорд, Бирмингем, Брайтон, Уорик.

Таким образом, характерные особенности, свойственные для современного английского языка, так же, как причины и пути, обусловившие образование этих специфических особенностей, возможно рассматривать только в контексте истории Британских островов, которая непосредственно связана с историей формирования английского языка и, соответственно, помогает раскрыть сущность различных языковых явлений и процессов.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бруннер, К. История английского языка : в 2 т. / К. Бруннер. – 2-е изд. – М. : УРСС, 2003. – Т. 1. – 322 с.
2. Иванова, И. П. История английского языка : Учебник. Хрестоматия. Словарь / И. П. Иванова, Л. П. Чахоян, Т. М. Беляева . – СПб. : Лань, 1999. – 512 с.

RONG FEI

China, Anhui, Anhui University

FEATURES OF CHINESE INTERNET LANGUAGE

This report examines the unique characteristics of Chinese internet language, focusing on its structural forms and thematic content. By analyzing abbreviations, neologisms, semantic shifts, fixed constructions, and homophonic wordplay, the study highlights how digital communication in China reflects societal trends, cultural identities, and policy influences. The report also explores the dual nature of internet buzzwords, which range from macro-level policy-driven terms to micro-level expressions of everyday life. The findings underscore the dynamic interplay between language innovation and cultural context in China's digital sphere, offering insights into the broader implications for linguistic research and cross-cultural communication.

The rapid development of digital communication has given rise to unique linguistic phenomena worldwide, with Chinese internet language standing out for its creativity and cultural specificity. As a reflection of societal changes,

technological advancements, and youth subcultures, Chinese internet language serves as a valuable lens for understanding contemporary China. This report categorizes and analyzes the characteristics of Chinese internet language, emphasizing its structural diversity and thematic richness. By doing so, it contributes to the broader discourse on digital linguistics and sociocultural studies.

Structural Characteristics of Chinese Internet Language.

Abbreviations are a hallmark of Chinese internet language, driven by the need for efficiency and humor in digital communication. They can be divided into two subtypes:

1) abbreviation of Long Words and Phrases:

common examples include shortened words and phrases such as 退群 (tui qun, ‘withdraw from a group’), 网红 (wang hong, ‘internet celebrity’), and 悲催 (bei cui, ‘pitifully tragic’);

– 群 (qun) refers to group chats on social platforms like WeChat or QQ. 退群 originally meant ‘leaving a group’, but its meaning expanded to signify withdrawing from organizations or alliances;

– 网红 is the abbreviation of 网络红人 (wang luo hong ren), meaning individuals who gain fame online. Its popularity stems from public fascination with celebrities’ romantic ties to internet personalities;

2) Chinese Pinyin Abbreviations:

Alphabetic abbreviations are common in Chinese, typically formed by shortening Pinyin (Chinese romanization) or mixing Chinese and English. Examples include RZ (软座, ruan zuo, ‘soft seat’), SF (顺丰, Shun Feng, a courier company), AHNU (安徽师范大学, Anhui Normal University), and BTV (北京电视台, Beijing Television). These abbreviations simplify complex expressions, particularly in official or public contexts.

Internet-specific Pinyin abbreviations serve a similar purpose but are also products of linguistic efficiency and youth subculture. Take ‘YYDS’ as an example. This term surged in popularity during the 2021 Tokyo Olympics due to Chinese athletes’ stellar performances. ‘YYDS’ stands for 永远滴神 (yong yuan di shen, “Eternal God”), coined by a gaming streamer to praise exceptional skill. Over time, its usage expanded to modify a wide range of subjects. Typing ‘YYDS’ is far quicker than writing the full Chinese phrase, and its novelty satisfies the younger generation’s desire for creativity and distinctiveness.

Neologisms and Semantic Shifts

A defining feature of internet language is its ability to generate new words, meanings, or even characters in response to online needs, with neologisms and semantic shifts being the primary forms. Here, ‘neologisms’ refer to entirely

new words, while ‘semantic shifts’ involve adding novel meanings to existing vocabulary.

1. Neologisms.

When internet users encounter a new concept or phenomenon, they often coin one or multiple terms to encapsulate it. Additionally, due to the hyperconnected nature of the global internet, trends or behaviors originating in one country can rapidly spread to others. Chinese internet neologisms are thus influenced by both domestic and foreign sources, falling into two categories: those rooted in local concepts/events and those borrowed from foreign languages or cultures. Two 2015 buzzwords exemplify this duality: 创客 (chuang ke, ‘maker’), originating from a domestic context, and 颜值 (yan zhi, ‘face value’), adapted from Japanese.

– 创客 (chuang ke, ‘maker’). The term combines 创 (chuang, ‘to create’) and 客 (ke, ‘person engaged in an activity’), referring to innovators who turn ideas into reality. Its popularity stemmed from China’s national policy. The 2015 Government Work Report highlighted 大众创业 · 万众创新 (mass entrepreneurship and innovation) as a dual engine for economic growth, celebrating risk-takers as 创客.

2. Semantic Shifts.

A peculiar phenomenon in the evolution of Chinese is the emergence of new meanings for existing words through collective reinterpretation by the public, a process termed 旧词新用 (jiu ci xin yong, ‘old words with new uses’). Internet language follows a similar trajectory: certain preexisting terms are reimagined by netizens, acquiring altered or expanded meanings that are often more humorous, relatable, and widely embraced. Notable examples include the 2016 buzzword 洪荒之力 (hong huang zhi li, ‘primordial force’) and the 2017 term 油腻 (you ni, ‘greasy’);

– “洪荒之力” (hong huang zhi li, ‘primordial force’). Originally, this phrase referred to the cataclysmic natural forces believed to have shaped the world at the dawn of creation. It gained viral fame in 2016 when Chinese swimmer Fu Yuanhui humorously declared during a Rio Olympics interview, “I’ve already used my ‘primordial force’!” The term was reinterpreted to describe extraordinary effort or unimaginable energy, resonating with audiences for its dramatic flair.

Fixed Constructions

Formulaic phrases like 我可能...了假的XX (I might have [verb] a fake XX) and 尴... (awkwardly...) provide flexible frameworks for humor and critique, reflecting the playful nature of online discourse.

Homophonic Wordplay

Homophones, such as 蓝瘦香菇 (lan shou xiang gu, ‘blue thin mushroom’ for 难受想哭, meaning ‘sad and wanting to cry’), showcase the creative and satirical potential of Chinese characters in digital communication. Numerical homophones like “996” (jiu jiu liu, denoting a grueling work schedule) further highlight how coded language conveys social commentary.

Thematic Classification of Chinese Internet Language

Policy-Driven Buzzwords. Since 2013, Chinese internet language has increasingly incorporated national policies and ideologies, such as 中国梦 (zhong guo meng, ‘Chinese Dream’) and 互联网+ (hu lian wang jia, ‘Internet Plus’). These terms reflect the state’s use of digital platforms to engage younger generations in national discourse.

Everyday Life and Social Commentary. Terms like 躺平 (tang ping, ‘lying flat’) and 女汉子 (nv han zi, ‘female tough’) capture personal experiences and societal critiques, resonating widely due to their relatability. These expressions often overshadow policy-driven terms in quantity and diversity, underscoring the internet’s role as a space for grassroots cultural expression.

Chinese internet language is a dynamic and multifaceted phenomenon, shaped by technological, cultural, and political forces. Its structural forms – abbreviations, neologisms, fixed constructions, and homophonic wordplay – demonstrate linguistic creativity, while its thematic content reflects both top-down policy influences and bottom-up social commentary. By studying these characteristics, researchers can gain deeper insights into China’s digital culture and its broader societal implications. Future research could explore cross-cultural comparisons or the long-term evolution of internet language in China.

О. С. ЗАБОРОВСКАЯ
Беларусь, Гродно, ГрГМУ

ПРИЛАГАТЕЛЬНЫЕ С КОМПОНЕНТАМИ -IDEUS И -FORMIS В АНАТОМИЧЕСКОЙ ТЕРМИНОЛОГИИ

Процесс формирования современной медицинской терминологии длился на протяжении нескольких тысячелетий и продолжается в настоящее время. За этот период было накоплено огромное количество разнообразных терминов, в том числе наполненных образами и символами. Это в полной мере относится как к существительным, так и к образующимся от них прилагательным. Традиция именовать анатомическое свойство при-

лагательным, субстантивная основа которого определяется формальным сходством этого элемента с каким-либо другим объектом, является такой же древней, как и сама медицина. Подобные аналогии можно найти в работах Гиппократа, Галена, Герофилла и др. В результате анализа выявляются характерные признаки, по которым возможна дифференциация и классификация данных слов, их «поведение» в терминах.

Способ указать на сходство посредством прилагательного с суффиксом *-ειδής* *ές* (от греческого *εἶδος* ‘подобный или имеющий вид, форму’) появился в классическом греческом языке. Можно утверждать, что древнегреческие анатомы предпочитали этот подход по причине семантической ясности. Так появилась отдельная, семантически однородная группа прилагательных с греческим суффиксом *-ειδής*, *ές*, или латинизированных *-ideus*, *-a*, *-um*, реже *-ides*, *-es* и *-idalis*, *-e*. Этот компонент получил свое распространение и в современных языках в виде суффикса *-ideus* или суффиксоида *-ide* (англ. *-oid*). Гиппократ использует, например, прилагательное *ἀραχνοειδής*, *ές*, ‘похожий на паука или паутину’; прилагательное *σφαιροειδής*, *ές*, ‘шарообразный, указывающее на форму головы азиатских народов’. Слой глаза, который виден первым, называется роговицей (роговой), второй – склера, лежащая под роговицей, называется «виноградоподобной». Третий слой содержит стекловидную влагу, которую древние называли «паутинообразной» (*arachnoidea*) из-за ее мягкости. Герофил сравнивает ее с растянутой рыболовной сетью, одни называют ее «сетчатой» (сетчатка), другие «стекловидной» (стекловидное тело) из-за ее влажности. Четвертый слой имеет «льдоподобную» влагу, его стали называть «ледяным» из-за его влажности, а также «чечевицеобразным» из-за его формы [1, с. 27]. Некоторые термины демонстрируют принцип локально родственных отношений. Например, *cartilago thyreoidea* действительно выражает сходство этого хряща по форме со щитом, как это отмечал Гален, хотя *glandula thyreoidea* указывает на локализацию этой железы в непосредственной близости от щитовидного хряща. По мнению В. Ф. Новодрановой, эти «десубстантивные базисные компоненты образуют терминологический ряд новых искусственных образований со значением сходства, подобия» [2, с. 227]. Итак, прилагательные со значением подобия мы подразделяем на три основные группы:

1. Прилагательные с *-ide* – греческим суффиксоидом (от греч. *eidos* ‘вид, образ, форма’). С помощью него образуются прилагательные в основном греческого происхождения, при этом используются латинские окончания I–II скл. *-us*, *-a*, *-um*: *cuboideus* ‘кубовидный’, *arytenoideus* ‘черталовидный’, *hyaloideus* ‘стекловидный’, *micoideus* ‘слизеподобный’. В медицинских терминах он латинизировался и стал соединяться с латинским суффиксом *-al*, при этом претерпел небольшие изменения:

ethmoideal → *ethmoidal* ‘решетчатый’, вместо *sphenoideal* → *sphenoidal* ‘клиновидный’.

2. Прилагательные с *-form* – латинским суффиксоидом (от лат. *forma* ‘форма, вид, образ’). С помощью него образуются прилагательные в основном латинского происхождения и присоединяются окончания III скл. *-is*, *-e*: *vermiformis* ‘червеобразный’, *piriformis* ‘грушевидный’, *morbilliformis* ‘кореподобный’, *nucleiformis* ‘ядрообразный’.

3. Прилагательные, образованные с помощью суффиксов *-ar(-al)*, *-at*.

В то время как прилагательные, оканчивающиеся на *-ideus*, в основном были довольно распространены в древних текстах, прилагательные на *-formis* являются современными именами с современным происхождением. Существуют примеры, когда формы прилагательных, оканчивающиеся на *-ideus* или *-formis*, используются в качестве альтернативных, например, в случае прилагательных *sphenoidal* и *cuneiformis*. Названия пришлось дифференцировать с помощью *manus* и *pedis*, т. е. *os naviculare manus* и *os naviculare pedis*. Эта ситуация сохранялась и в *Nomina Anatomica* 1935 г., и позже *Parisiensia Nomina anatomica* 1955 г. ввела дифференциацию *os naviculare* для плюсневой кости и *os scaphoideum* для пястной кости.

Отметим также сложные многокорневые термины: *tympanomastoideus* ‘барабанно-сосцевидный’, *costoxiphoides* ‘реберно-мечевидный’. Среди них преобладают слова, образованные с помощью суффиксоида *-ide*. Практически все слова, образованные с помощью суффиксоидов *-ide* и *-form* переводятся на русский язык путем добавления морфемы *-вид* к смысловому корню слова: *arytenoideus* ‘черпаловидный’, *pisiformis* ‘гороховидный’. Некоторые слова, образованные суффиксоидом *-form* переводятся с добавлением корня *-образ*, например: *cruciformis* ‘крестообразный’, *vermiformis* ‘червеобразный’, *glomeriformis* ‘шарообразный’.

Однако стоит отметить, что есть исключения. Существует небольшая группа слов, образованных посредством данных суффиксоидов, но переводимых без компонентов *-видный*, *-подобный*. Например, *hyoideus* (os) ‘подъязычный’ (кость). Дословный перевод этого слова – ‘свиновидный’, поскольку косточка напоминает свиное рыло. С другой стороны, слова *restiformis* ‘веревчатый’ и *costiformis* ‘реберный’ при переводе подразумевают сходство: веревчатый – ‘подобный веревке’; реберный – ‘схожий с ребром’.

Следующая группа слов – слова, переводимые с добавлением *-видный* или *-образный*, но образованные не при помощи суффиксоидов, а с помощью суффиксов *-ar(-al)*, *-at*. Эти суффиксы используются в значении несколько отличающемся от значения упомянутых суффиксоидов, обычно указывающих на принадлежность, отношение к предмету: *sellaris*

‘седловидный’, *pinealis* ‘шишковидный’, *lunaris* ‘лунообразный’; -at, имеющим значение ‘наделенность признаком’: *cruciatus* ‘крестообразный’, *radiatus* ‘лучеобразный’, *stellatus* ‘звездообразный’.

Стоит отметить, что в анатомической терминологии к одним и тем же существительным могут относиться совершенно разные прилагательные, при этом они не утрачивают своего смысла сходства: *processus styloideus ossis temporalis* ‘шиловидный отросток височной кости’, *processus pterygoideus ossis sphenoidalis* ‘крыловидный отросток клиновидной кости’, *processus xiphoideus* ‘мечевидный отросток’. С другой стороны, одно прилагательное может относиться к разным существительным, но оно также сохраняет смысл сходства: *eminentia cruciformis ossis occipitalis* ‘крестообразное возвышение затылочной кости’ и *ligamentum cruciforme atlantis* ‘крестообразная связка атланта’ [3, с. 22].

Прилагательные, значение которых основывается на морфологическом сходстве, строятся с помощью суффиксоидов -ide и -form. Слова же, обладающие свойством какого-либо предмета или его признаком, но меньше напоминающие его по виду, образуются с помощью суффиксов -ar(-al), -at. Аффиксы не просто пополняют лексический состав языка неологизмами, но и создают целую терминологическую систему на основе уже существующих слов. В процессе группировки слов они с большой точностью определяют категорию или класс. Все группы активно участвуют в словообразовательном процессе, а также формируют целостную систему названий. Характерно, что термины, построенные по принципу подобия гораздо проще для восприятия и запоминания.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Архипова, И. С. Отражение античной картины мира в анатомической терминологии / И. С. Архипова, О. Г. Олехнович // Методические и лингвистические аспекты греко-латинской медицинской терминологии : Материалы Всерос. науч.-учеб.-метод. конф. – СПб. : ПСПбГМУ, 2016. – С. 27–31. – CD-ROM.
2. Новодранова, В. Ф. Именное словообразование в латинском языке и его отражение в терминологии = *Laterculi vocum Latinarum et terminorum* / В. Ф. Новодранова. – М. : Яз. слав. культур, 2008. – 328 с.
3. Бахрушина, Л. А. Словообразовательные модели анатомических терминов : учеб. пособие / Л. А. Бахрушина ; под. ред. проф. В. Ф. Новодрановой. – 2-е изд. – М. : ГЭОТАР-Медиа 2018. – 192 с.

О. Л. ЗОЗУЛЯ

Беларусь, Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

ЯЗЫКОВАЯ КАТЕГОРИЗАЦИЯ КАК СПОСОБ ОРГАНИЗАЦИИ И УПОРЯДОЧЕНИЯ ЗНАНИЙ

Понятие категоризации является одним из самых фундаментальных понятий в характеристике когнитивной деятельности человека, поскольку данный процесс дает возможность придать воспринятыму, осмысленному и проинтерпретированному упорядоченный характер. В узком смысле слова под категоризацией понимается отнесение некоторого объекта, явления к определенной рубрике опыта и знания, т. е. к категории. В более широком смысле слова категоризация – сам процесс выделения, формирования этих категорий, т. е. рубрик опыта и знания, т. е. категорий [1, с. 42].

Появление когнитивной науки способствовало радикальному пересмотру взгляда на понятие категории, а также на сущность процесса категоризации, но не полному отрицанию существовавших подходов. Ранее объектом изучения была преимущественно научная классификационная деятельность человека с присущей ей строгостью и логичностью. В центре внимания когнитивной парадигмы исследований оказалась категоризация, осуществляемая человеком, прежде всего, в его повседневной жизни, т. е. естественная категоризация, основными характеристиками которой являются лабильность, «субъектность», интерактивность, асимметрия, креативность, интерпретативность и т. д.

Новое понимание принципов категоризации связывается именно с рассмотрением лингвистических (языковых) категорий, природа, структура, развитие которых, согласно одному из постулатов когнитивной семантики, подобны природе и структуре естественных, обыденных (житейских) категорий, а потому считается, что анализ языковых категорий может пролить свет на категоризацию как таковую [2, с. 314]. Так как процесс категоризации и его результаты со временем объективируются языковыми единицами, то сама классификационная деятельность для человека все больше и больше связывается с языком, создается впечатление, будто «опыт структурируется не за счет абстракций в голове, а за счет языка» [2, с. 86]. Это оказывает влияние на то, что категоризация рассматривается исключительно как лингвистическое явление.

Лингвисты указывают на то, что в языке проявляются различные уровни категоризации, которые неразрывно и лабильно связаны между собой и постоянно взаимодействуют: базовый (доконцептуальный, перцептивный, эмпирический) уровень, концептуальный (практический) и логико-понятийный (научный, теоретический) уровни [3, с. 29].

Рассматривая языковые категории с когнитивной точки зрения, Е. С. Кубрякова условно подразделяет их на два типа: *отражательно ориентированные* и *вербально ориентированные*. Назначение категорий первого типа заключается в категоризации внеязыкового (экстралингвистического) мира, т. е. в объективации знаний о мире, исключая язык; категории второго типа предназначены для объективации знаний о языке как одной из разновидностей знаний о мире [2, с. 314].

В число бытийных категорий, которые были выделены еще Аристотелем, входили самые фундаментальные и самые высокие по степени абстракции категории, и категорией считали отнюдь не любое объединение сходных величин. В когнитивной семантике понятия рубрики классификации, сорта, вида, класса, разряда и т. д. рассматриваются в общем как синонимичные термину «категория» [4, с. 8]. Каждое полнозначное слово может быть рассмотрено как отдельная категория, за которой стоят многочисленные представители [1, с. 42].

Отражаемые категориями знания, структура категорий, а также их границы рассматриваются как сущностные характеристики категорий. Развитие категорий детерминируется в основном практическими потребностями человека, необходимостью выживания в окружающем мире. С другой стороны, интеллектуальная любознательность также способствует эволюции категорий. Формирование категориальных когнитивных структур связывается с циклично чередующимися стадиями познавательного процесса – интеграцией и дифференциацией. Первоначально в процессе категоризации происходит первичное обобщение – образование однородных классов по общим и простым отличительным признакам. Далее следует процесс внутриклассовой дифференциации на основании селективного анализа классификационных и прочих отличительных признаков. Результаты анализа внутриклассовой дифференциации кладутся в основу следующего этапа – вторичного обобщения, приводящего к образованию новых, модифицированных объединений. Данный механизм формирования структур един для двух различных уровней психической деятельности – перцептивного и уровня семантики языка [5, с. 66].

В лингвистических работах, посвященных вопросам категоризации, рассматриваются два основных подхода: классический (объективистский), который восходит к греческой античности и связывается с именами Платона и Аристотеля, и прототипический, ассоциирующийся с Э. Рош и В. Лабовым. Ключевыми моментами, сравниваемыми в этих двух теориях, являются вопросы состава категории, ее границ и структуры.

Основными принципами классического подхода к определению категорий являются: членство осуществляется на основе необходимых и достаточных признаков; категории имеют четкие границы; статус всех членов

категории одинаков. Рациональное зерно в данной теории усматривается в идее общности признаков для образующих категорию объектов, самый главный недостаток – неучтеннность человеческого фактора.

Согласно прототипической теории, категории имеют ядро, но не имеют четко очерченных границ; объекты относятся к некоторой категории на основании сходства. Данная теория основывается на предположении, что категоризация в существенной степени опирается на опыт человека и его воображение. Преимущество данной теории заключается в том, что она способна более эффективно объяснить протекание мыслительных процессов в повседневной когнитивной деятельности человека, которая не основывается исключительно на регулярном использовании законов формальной логики. Ее отличительной чертой является также рассмотрение внутренней структуры категорий с выделением двух осей по вертикали и по горизонтали: прототип структурирует категорию «по горизонтали», а уровни обобщения – «по вертикали» [6, с. 11]. Прототипическая теория исходит из того, что именно человек как активный познающий субъект определяет структуру категорий. Принадлежность к категории определяется не набором свойств, необходимых для всех членов категории, а основывается на сравнении и обнаружении сходства с прототипом (ментальной репрезентацией), вокруг которого формируются категории. Однако в данной теории недостаточно учитывается объективное состояние реальности, не объясняется, как определить специфику прототипа, где следует остановиться при его анализе, каким образом прототипы входят изначально в сознание человека, она не объясняет принципы, механизмы, основания сравнения объекта с прототипом.

Пластиность мозга дает человеку возможность осуществлять структурирование (классификацию) информации, исходя из множества принципов, целей либо задач. Поэтому выделяются различные типы классификаций, например: категориальная классификация, в основе которой лежит общий (существенный признак); функциональная классификация, согласно которой объединение объектов осуществляется на основании общности их функции или назначения; ситуативная классификация, которая предполагает объединение объектов, участвующих в одной ситуации или совмещенных пространственно.

Результатом процесса взаимодействия с внешним миром, обработки воспринимаемой информации, распределения ее по существующим в сознании рубрикам или создание новых категорий, установления связей между классами объектов и явлений и т. п. является формирование концептуальной системы, определенная часть которой находит отражение в языковой картине мира.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Краткий словарь когнитивных терминов / Е. С. Кубрякова, В. З. Демьянков, Л. Т. Лузина [и др.] ; под общ. ред. Е. С. Кубряковой. – М. : МГУ, 1996. – 245 с.
2. Кубрякова, Е. С. Язык и знание: на пути получения знаний о языке: части речи с когнитивной точки зрения. Роль языка в познании мира / Е. С. Кубрякова. – М. : Яз. славян. культуры, 2004. – 560 с.
3. Рябцева, Н. К. Язык и искусственный интеллект / Н. К. Рябцева. – М. : Academia, 2005. – 639 с.
4. Кубрякова, Е. С. О двойкой сущности языковых категорий и новых проблемах в их изучении / Е. С. Кубрякова // Общие проблемы строения и организации языковых категорий (грамматические, словообразовательные, лексические и текстовые категории) : материалы науч. конф., Москва, 23–25 апр. 1998 г. / Ин-т языкознания РАН. – М., 1998. – С. 7–12.
5. Шехтер, Л. М. Зрительные механизмы формирования категориальных структур / Л. М. Шехтер // Вестник Московского государственного университета. Серия 14. Психология. – 2005. – № 1. – С. 58–67.
6. Фурашова, Н. В. Когнитивный аспект семантики глаголов физического действия в немецком языке : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04 / Фурашова Наталья Владимировна. – Минск, 1999. – 151 л.

В. Д. ИВАНОВ

Россия, Москва, НИУ МЭИ

**ФОКУСНАЯ ЧАСТИЦА ALLEIN В ФУНКЦИИ КОННЕКТОРА
(НА МАТЕРИАЛЕ НЕМЕЦКОГО ЯЗЫКА)**

В центре внимания данной публикации – фокусная частица *allein* в функции коннектора. Цель статьи – показать, что фокусная частица *allein* при определенных условиях приобретает способность функционировать в роли коннектора. Цель определила следующие задачи: 1) рассмотреть определение понятиям «коннектор» и «фокусные частицы» в немецком языке; 2) показать, что фокусные частицы могут относиться к классу коннекторов; 3) описать условия, при которых фокусные частицы перенимают на себя функцию коннекторов. В качестве материала исследования послужили примеры, отобранные из Мангеймского корпуса разговорной речи DGD [1].

Под традиционно устоявшимся термином «коннекторы» понимается самостоятельный класс связующих средств, состоящий из различных частей речи, которых объединяет особенная общая функция – образование семантической связи между предложениями, благодаря которым образуется единство (коннексия, коннективность) [2, с. 12]. Согласно определению, класс коннекторов в немецком языке неоднородный, таким образом, в определенной степени можно говорить о том, что коннекторы сближают-

ся по своим свойствам с частицами. На эту особенность обращает внимание А. В. Аверина [3]. Коннекторы, которые могут стоять в среднем поле предложения, а также могут занимать его предпольную позицию относятся к фокусным частицам. В немецкой терминологии фокусные частицы относятся к определенному члену предложения, т. е. служат для выделения определенных аспектов в высказывании. Фокусные частицы обладают рядом отличительных свойств: 1) узким скопусом; 2) их значение может быть объяснено вне контекста, что свидетельствует о меньшей степени грамматикализованности; 3) могут быть субстантивированы; 4) способны придавать высказыванию оценочную семантику [4, с. 133–138].

Фокусные частицы сближаются с коннекторами по ряду следующих свойств: 1) нефлективность; 2) отсутствие способности влиять на падежную форму имен существительных; 3) способность иметь в качестве актантов не один член предложения, а целое предложение [3, с. 9].

Рассмотрим фокусную частицу *allein* в роли коннектора и ее закономерные позиции в предложении на примерах из корпуса разговорной речи.

Частица *allein* относится к таким элементам, которые стоят в среднем поле предложения или совместно с каким-либо компонентом могут занимать предпольную позицию в предложении. К такой группе частиц также относятся: *ausschließlich*, *bereits*, *einzig*, *erst*, *gar*, *lediglich*, *(nicht) einmal*, *selbst*, *sogar*, *zumal*.

Так, например, предложения:

1. **Allein** du / du **allein** kannst mir helfen [1].
2. Die Botschaft hör ich wohl, **allein** mir fehlt der Glaube [1].

В первом примере *allein* стоит перед компонентом, к которому она относится и на который распространяется ее скопус. В роли этого компонента выступает местоимение *du*. Фокусная частица *allein* может также занимать позицию после компонента, к которому она относится. Во втором предложении *allein* выступает в роли противительного коннектора *aber*. В приведенных высказываниях *allein* служит для выражения определенной «исключительности», т. е. исключение какой-либо альтернативы, усиливая утвердительную интенцию говорящего.

Следующий пример демонстрирует нам случай, когда частица *allein* занимает среднее поле предложения:

3. Du bist dafür **allein** verantwortlich [1].

В роли фокусного компонента в данном случае выступает прилагательное *verantwortlich*, которое логически выделено благодаря частице *allein*.

Рассмотрим следующий пример, включающий в себя коннектор *allein*:

4. Neun Komma fünf Milliarden Euro in den sozialen Wohnungsbau gesteckt **allein** in dieser Wahlperiode werden sie zwölf Milliarden in das Baukindergeld schieben [1].

В данном случае коннектор *allein* выступает как дополнительный компонент – пояснение к сложившейся трудной ситуации. Коннектор служит указанием на значимость последующего высказывания.

Частица *allein* может также занимать позицию после фокусного компонента, к которому она относится. В этом случае частица ударна, что необходимо для усиления предложения говорящим, например:

5. Der Mensch lebt nicht von Brot **allein** [1].

Фокусная частица *allein* может стоять в предложении после компонента к которому она относится перед предикатом:

6. Die Bundesrepublik Deutschland **allein** ist befugt für das deutsche Volk zu sprechen [1].

Рассмотрим еще некоторые особенности фокусной частицы *allein* в функции коннекторов на следующих примерах:

7. Boxen ist natürlich nicht ungefährlich. Sechs Leichtverletzte gab es **allein** beim letzten Kampf [1].

8. Arbeitsplätze in der pyrotechnischen Industrie: In Deutschland sind es **allein** an die siebentausend [1].

9. **Allein** 124 Tierarten sind ausgerottet worden [1].

Представленные примеры звучат грамматически корректно, в то время как частица *allein* в данной позиции не может быть заменена другой фокусной частицей. В высказываниях с фокусной частицей *allein* присутствует оценочный компонент. В седьмом предложении показано, что бокс является не безопасным видом спорта, т. к. в нем неизбежны травмы. В восьмом предложении дана оценка говорящего на счет пиротехнической индустрии в Германии. Предложение 9 показывает оценку говорящего о том, сколько видов животных уже истреблено.

Согласно положению в предложении, значение частицы *allein* может меняться. Таким образом фокусная частица *allein* обладает значениями «оценки» или «исключения», которые зависят от ее местоположения в предложении. Рассмотрим следующие примеры:

10. Diese Besonderheit findet man **allein** in Deutschland [1].

Приведенное высказывание можно интерпретировать таким образом, что только в Германии, а не в какой-либо другой стране можно найти такие особенности.

11. Die Lage auf dem Arbeitsmarkt in der EU ist dramatisch. **Allein** in Deutschland fehlen Millionen Arbeitsplätze [1].

В данном фрагменте говорящий показывает, что есть и другие страны помимо Германии, в которых положение рынка труда критично, однако названия этих стран остаются без внимания.

Таким образом, можно заключить, что фокусные частицы могут выступать в функции коннекторов, выражая в высказывании целый ряд особенностей.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. DGD – Datenbank für Gesprochenes Deutsch. – URL: <https://dgd.ids-mannheim.de> (Zugriffssdatum: 28.01.2025).
2. Konnektoren und Anaphorika – zwei grundlegende sprachliche Mittel zur Herstellung von Zusammenhang zwischen Textteilen / U. H. Waßner // Cambourian, Alain (Hg.) : Textkonnektoren und andere textstrukturierende Einheiten. – Tübingen : Stauffenburg, 2001. – S. 34–46.
3. Аверина, А. В. Модальный синтаксис немецкого языка / А. В. Аверина. – М. : МГОУ, 2019. – 141 с.
4. Аверина, А. В. Частицы как элементы коммуникативного взаимодействия в немецкоязычной среде: теория и практика : учеб. пособие / А. В. Аверина. – М. : Прометей, 2021. – 198 с.

О. В. ЛАПА, Д. С. ПОКЛАД

Беларусь, Гродно, ГГАУ

ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ КАК ВАЖНЫЙ ЭТАП В ИССЛЕДОВАНИИ ТЕРМИНОЛОГИИ ДИНАМИЧЕСКИ РАЗВИВАЮЩИХСЯ ПРЕДМЕТНЫХ ОБЛАСТЕЙ

Системность термина, как одно из его основных свойств, отражает семантические отношения называемого им понятия со связанными понятиями. Следовательно, для адекватного понимания сущности нового явления или процесса возникает необходимость вписывать их в уже существующую систему. В такой динамически развивающейся терминологии, как терминология мобильных технологий, процесс формирования системы понятий еще не закончен, так как не закончен процесс создания и описания различных процессов, происходящих в отрасли.

Как мы уже выяснили в результате нашего исследования, основанного на анализе терминологии, использованной в заголовках статей International Journal of E-Services and Mobile Applications «Международный журнал электронных сервисов и мобильных приложений» [1], на сегодняшний день практически все сферы: финансы, торговля, государственное управление, трудоустройство, развлечения, коммуникация, мобильная телефония, сетевые технологии так или иначе связаны с мобильными технологиями. Происходят существенные изменения рынка глобальных торговых услуг, в частности, интернет-торговли, электронных платежных услуг, электронной рекламы, в том числе в социальных сетях. В результате всех этих процессов специальная

лексика этих областей начинает «вливаться» в специфическую лексику мобильных технологий, что сопровождается появлением новых терминологических единиц, которые в новых терминосистемах чаще всего образовываются синтаксическим способом и, кроме базового понятия, могут включать некоторое количество дополнительных признаков.

Суть процесса деривации в данном случае заключается в том, что к уже существующему родовому термину присоединяются новые элементы, при этом родовой термин не обязательно относится к данной предметной области.

В нашем случае термин *applications* ‘приложения’, имеющий отношение к нашей предметной области, выступает активной терминообразующей единицей:

<i>applications</i>	→ <i>mobile applications</i>	→ <i>mobile banking applications</i>
‘приложения’	‘мобильные приложения’	‘мобильные банковские приложения’
		→ <i>m-government applications</i>
		‘приложения мобильного правительства’
		→ <i>mobile news applications</i>
		‘мобильные новостные приложения’.

При том, что, например, термин *services* ‘услуги, сервисы’ имеет отношение к сфере услуг и также принимает участие в образовании различных терминологических словосочетаний, имеющих отношение к исследуемой терминологии:

- *e-services* ‘электронные сервисы’;
- *mobile services* ‘мобильные сервисы’;
- *web 2.0 services* ‘web 2.0 сервисы’;
- *meta-services* ‘мета-сервисы’.

Процесс образования терминологических словосочетаний происходит чаще всего путем присоединения новых элементов к уже существующему родовому термину, который, как мы выяснили, не обязательно должен относиться к предметной области. Новые единицы вступают в различные парадигматические отношения с другими единицами языковой системы, и мы видим активный процесс деривации, т. е. порождение первичной (исходной) единицей вторичной единицы.

Не менее важным является тот факт, что понятие позволяет включить объект в иерархическую систему объектов внешнего мира, в то время как образ-представление формирует ассоциативные связи предмета с другими объектами реальной действительности. Нельзя не согласиться

с С. Л. Рубинштейном, который утверждал, что «представления воспроизводятся не изолированно, а в связи с другими представлениями» [2].

Собственно, поэтому в исследованиях терминологий предметных областей, которые находятся на этапе своего становления, особое внимание уделяется лингвистическому анализу терминов, цель которого – выявить структурные характеристики единиц, а также проанализировать роль терминологических гнезд, т. к. системность терминологии представлена в виде гнездовой структуры. Дело в том, что одним из наиболее распространенных способов реализации лингвистической связности является морфологический способ образования производных терминов на базе исходных корневых слов и синтаксический, при котором у базисного компонента появляется признаковый компонент или признаковый компонент термина приобретает статус базисного компонента производной номинации. В результате применения этих способов терминообразования появляются характерные признаки терминосистем: наличие терминологических гнезд.

Такие гнезда помогают систематизировать терминологию, делая ее более логичной и удобной для использования в профессиональной коммуникации. Они особенно важны в таких областях науки, как медицина и техника, где точность и однозначность имеют ключевое значение.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. International Journal of E-Services and Mobile Applications (IJESMA). – URL: <https://www.igi-global.com/journal/international-journal-services-mobile-applications/1114> (date of access: 09.02.2025).
2. Рубинштейн, С. Л. Основы общей психологии / С. Л. Рубинштейн. – Изд. 2-е. – М., 1946. – 781 с.

А. М. ЛЕНКО, М. Е. МАСЛОВА

Беларусь, Барановичи, БарГУ

СПЕЦИФИКА ПРОЗВИЩНЫХ НАИМЕНОВАНИЙ ИСТОРИЧЕСКИХ ДЕЯТЕЛЕЙ АНГЛИЙСКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРЫ

«Прозвище – это неофициальное название, данное человеку помимо его имени, которое содержит в себе его заметные черты характера, внешности или деятельности данного индивидуума, и может носить как положительный, так и отрицательный оценочный характер» [1].

Производные имена – уникальный элемент языка и культуры, важный для идентичности личности. В современном информационном пространстве, характеризующемся быстрым распространением сведений, прозвища

выступают как маркеры для быстрой идентификации и оценки значимости фигур. Выявление механизмов образования производных имен открывает нестандартные возможности для понимания культурных и социальных трансформаций. Ученые выделяют несколько классов производных имен, среди которых наиболее обширным является класс антропонимических устойчивых сочетаний. Он включает прозвища известных личностей, которые характеризуют исторических деятелей прошлого и настоящего.

На протяжении истории британским монархам и премьер-министрам присваивали различные прозвища, отражающие их личность, достижения и недостатки. Дж. Франклайн отмечал, что наименования «не даются намеренно, как имена, но вдруг расцветают с целью пошутить, насмеяться или в порыве гнева» [2, с. 319]. Кроме того, прозвища имеют ярко выраженный коннотативно-оценочный компонент, который может быть как положительным, так и отрицательным. Они также отражают ценности определенных исторических периодов и показывают, как социум реагировал на события и какие характеристики считались значимыми.

Материалом для нашего исследования послужили 111 производных имен. В данный список вошли 54 монаршие особы и 57 премьер-министров. Проанализировав отобранный материал, мы разработали классификацию причин, согласно которым создавались производные имена, выделив ключевые категории, каждая из которых отражает свои характеристические побуждения и принципы наименования.

Первая группа наименований включает в себя прозвища, основанные на индивидуальных особенностях личности, таких как манера поведения, внешние данные и ярко выраженные черты характера. Эти наименования представляют собой уникальные лингвистические комбинации, отражающие восприятие реальности. В данной категории выделено 33 прозвища: 13 из них принадлежат монаршим особам, а 20 – премьер-министрам. В качестве примера обратимся к прозвищу Генриха I *Henry Beauclerc*. *Henry* от немецкого имени *Haimric* образовано из слов *haim* ‘дом’, *ric* ‘власть’. Слово *Beauclerc* заимствовано из французского языка и означает ‘хорошо образованный’. Представленная цепочка носит положительную коннотацию и подтверждает тот факт, что король получил свое прозвище благодаря своей интеллигентности и образованности, что в то время было редкостью для общества в целом.

Обозначение достижений является еще одной основой для формирования наименований, отражающих заслуги и порицания. Мы выделили 35 таких имен: 20 принадлежат монархам, 15 – премьер-министрам. Одним из известных примеров является прозвище *Iron Lady*, присвоенное Маргарет Тэтчер, первой женщине на посту премьер-министра Соединенного Королевства. *Iron* – человек с железной волей, несгибаемый. *Lady* – жен-

щина, занимающая высокий социальный статус. Данное производное имя отражает стиль руководства, твердый характер и бескомпромиссную политику Маргарет Тэтчер и несет двойственную коннотацию, зависящую от ее сторонников и противников.

Кроме того, наименования могут отражать исторические события и обстоятельства. К данной категории мы отнесли 24 имени: 12 принадлежат монархам, 12 – премьер-министрам. Ярким примером в этой группе является прозвище, которое получил Бонар Лоу – самый «быстрый» премьер-министр Соединенного Королевства в XX в. Он пробыл на своем посту всего 6 месяцев и был вынужден уйти в отставку из-за серьезных проблем со здоровьем, за что получил прозвище *The Unknown Prime Minister*, подчеркивающее его небольшую известность из-за короткого срока правления.

Чтобы избежать излишней критики высокопоставленных лиц, были созданы неформальные и ироничные наименования, позволяющие выражать недовольство его носителем в шутливой форме. Мы выделили 19 таких имен: 9 – монархов и 10 – премьер-министров. Например, питающая слабость к бренди королева Англии, Ирландии и Шотландии в XVIII в. Анна, получила производное имя *Brandy Nan*. *Brandy* – название спиртного напитка, а *Nan* – уменьшительная форма имени *Ann*. В данном случае прослеживается негативная коннотация, связанная с различными видами зависимостей, присущими человеку, однако, благодаря использованию уменьшительно-ласкательной формы личного имени монаршей особы, данное производное имя звучит фамильярно и снисходительно.

В результате тщательного исследования отобранных прозвищ исторических личностей английской лингвокультуры мы пришли к выводу, что в них преобладают описательные конструкции. Эти прозвища подчеркивают уникальные черты характера, поведения и внешности, используя как прямые характеристики, так и метафоры. Они также отражают исторические события и общественное мнение, указывая на определенный промежуток времени. Такие наименования в большинстве своем семантически прозрачны и имеют мотивационные связи.

При анализе прозвищ была выявлена национально-культурная специфика их номинаций. Кроме этого, мы считаем, что предложенная нами классификация прозвищ, состоящая из четырех категорий, демонстрирует многомерность языкового восприятия и его связь с исторической действительностью, а также сложной природой личности. Производное имя становится не просто ярлыком, «повешенным» на его носителя в ходе разнообразных событий, а лингвистическим устройством, отражающим объективные факты и субъективное восприятие. Полученная связь между наименованиями и культурной спецификой подтверждает, что номинации истори-

ческих деятелей не статичны, а подвержены трансформациям в зависимости от культурных и социальных изменений.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Толковый словарь русского языка : в 4 т. – М. : Сов. энцикл. : ОГИЗ, 1935–1940. – Т. 3 : П – Рягина / Г. О. Винокур, В. А. Ларин, С. И. Ожегов [и др.] ; под ред. Д. Н. Ушакова. – М. : Гос. изд-во иностр. и нац. слов., 1939. – 712 с.
2. Franklyn, J. A. Dictionary of nicknames / Franklyn J. – New York : British Book Centre, 1963. – 132 с.

К. В. ЛЕШКЕВИЧ, М. Е. МАСЛОВА

Беларусь, Барановичи, БарГУ

ХАРАКТЕРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ МЕДИЦИНСКИХ РЕКЛАМНЫХ СЛОГАНОВ В АНГЛИЙСКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРЕ

Реклама – это важная сфера использования языка, где язык функционирует как инструмент увещевательной коммуникации. Основная цель рекламы – влиять на слушателя с целью изменения его поведения, преимущественно в контексте потребительских решений [1, с. 203]. «Мы воспринимаем рекламу не потому, что этого хотим мы, а потому, что этого хочет реклама» [2, с. 509]. Реклама превратилась в неотъемлемый элемент социокультурной реальности, оказывающий влияние на наше восприятие и поведение.

Рекламный дискурс представляет собой яркое проявление коммуникативного аспекта языка, отражая его эволюционные процессы. Основная цель данного дискурса – побуждение к действиям. Рекламный дискурс характеризуется четкой прагматической установкой и сочетает признаки устной и письменной речи, а также экстралингвистические средства. Классификация рекламного дискурса позволяет выявить его разновидности и основные функции, отличающиеся в зависимости от объекта продвижения (товары, услуги, идеи), целевой аудитории (массовый потребитель, профессионалы), канала распространения (печать, телевидение, Интернет) и доминирующей функции (информация, убеждение, эмоции).

Медицинский рекламный дискурс, подобно другим видам рекламного дискурса, нацелен на убеждение потребителя в необходимости приобретения рекламируемого товара. Однако он имеет свои особенности, отличающие его от традиционного медицинского или общего рекламного дискурса. Это обусловлено тем, что медицинская реклама объединяет элементы обеих сфер: контекст общения помещен в область медицины, тогда как желания участников коммуникации определяются рекламными

целями. Исследование медицинских рекламных слоганов представляет собой уникальный объект, так как они не только информируют о товарах и услугах, но и формируют социальные нормы и ценности, связанные со здоровьем и медициной.

Материалом для нашего исследования послужили 70 англоязычных медицинских рекламных слоганов, отобранных методом сплошной выборки с сайтов компаний, специализирующихся на производстве различной медицинской продукции, а также сайты ряда специализированных медицинских клиник. В результате анализа отобранного материала было установлено, что в медицинских рекламных слоганах используется набор разнообразных приемов на различных языковых уровнях.

На фонетическом уровне аллитерация является преобладающим приемом и встречается в 7,1 % от общего количества отобранных нами рекламных слоганов. Это средство создает мелодичность и запоминаемость. Примеры использования аллитерации включают слоганы стоматологической клиники *Gentle touch for sensitive smiles* и больницы *Healthcare from the Heart*, где повторение начальных согласных звуков усиливает ритмичность и привлекает внимание потребителей.

Медицинские рекламные слоганы содержат ряд стилистических приемов, среди которых наиболее частотными являются эпитет, метафора и персонификация. Эпитеты используются в 20 % от всего количества слоганов, придавая им выразительность и эмоциональную окраску. Эпитеты *gentle*, *dazzling*, *beautiful* в слоганах *Gentle touch for sensitive smiles*, *Get ready for a dazzling smile*, *Beautiful smiles for life* создают положительные ассоциации и подчеркивают высокое качество предоставляемых услуг. Метафоры составляют 18,5 % от общего количества отобранных слоганов. Например, в слогане *The power of healing hands* метафора *healing hands* создает образ квалифицированных медицинских работников, чьи руки способны приносить исцеление и облегчение. Применение персонификации, занимающее 4,3 % от общего числа отобранных слоганов, способствует установлению более тесного и эмоционального взаимодействия с целевой аудиторией. Когда медицинские услуги или продукты «говорят» от имени человека, это может вызывать чувство сопереживания и доверия, что имеет особое значение в здравоохранении. На примере следующих слоганов *We're here for you*, *We'll help you feel better* и *You're in good hands*, можно увидеть, как персонификация упрощает восприятие информации и повышает уровень доверия к продуктам и услугам в данной сфере.

В англоязычных медицинских рекламных слоганах выявляются характерные синтаксические особенности, среди которых доминируют утвердительные предложения и императивные конструкции. Утвердительные предложения составляют 12,8 % от общего числа исследуемых слоганов и игра-

ют ключевую роль в установлении доверительных отношений с целевой аудиторией, а также в акцентировании преимуществ предлагаемых продуктов или услуг. Примеры таких утверждений включают рекламные слоганы *Excellent long-lasting results* и *We've got what it takes to keep you healthy*.

Императивные конструкции, в свою очередь, составляют 5,7 % от общего количества отобранных нами слоганов. Они нацелены на побуждение потребителей к действиям, таким, как совершение покупки медицинских товаров или обращение в медицинские учреждения. Приведем несколько примеров императивных конструкций: *Achieve a brighter smile with us. Bright Now Dental, Get ready for a dazzling smile* и *Be daring, be beautiful*. Данные синтаксические приемы подчеркивают прагматическую направленность рекламных сообщений и их способность воздействовать на поведение потребителей.

Лексический повтор, составляющий 11,4 % от общего числа слоганов, усиливает выразительность и запоминаемость рекламных сообщений. К примеру, в слогане *Better teeth – better health* повторяющая лексема *better* фокусирует внимание на процессе улучшения, в то время как в слогане *Quality supplies for quality care* повторение лексемы *quality* акцентирует значимость качества как в материалах, так и в предоставляемом пациенту уходе. Данный прием способствует формированию ассоциаций между высококачественными поставками и высоким уровнем обслуживания.

В результате анализа отобранного материала было установлено, что языковое оформление играет ключевую роль в формировании восприятия медицинских рекламных слоганов в английской лингвокультуре. Использование фонетических, лексических и синтаксических приемов способствует созданию запоминающегося контента, что усиливает эффективность рекламного обращения. Кроме того, нами было обнаружено активное использование аллитерации и эпитетов, которые, в свою очередь, служат для создания мелодичности и положительных ассоциаций, тогда как метафоры подчеркивают высокое качество предоставляемых услуг. Синтаксические конструкции, преимущественно в утвердительной и императивной форме, не только акцентируют достоинства, но и побуждают потенциальных клиентов к активным действиям. Лексический повтор и персонификация способствуют укреплению доверия к сфере здравоохранения. Все эти особенности подчеркивают важность осознания лингвокультурных особенностей и стратегий при разработке рекламных материалов в сфере медицины.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Баранов, А. Н. Речевое воздействие и аргументация / А. Н. Баранов // Рекламный текст: семиотика и лингвистика / отв. ред. Ю. К. Пирогова, П. Б. Паршин. – М. : Изд. дом Гребенникова, 2000. – С. 107–161.

2. Юсупова, Г. А. Рекламный дискурс как лингвокультурологический феномен / Г. А. Юсупова // Мир науки, культуры, образования. – 2023. – № 3. – С. 508–511. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/reklamnyy-diskurs-kak-lingvokulturologicheskifonenomen/viewer> (дата обращения: 29.10.2024).

И. В. ЛИСОВСКАЯ

Беларусь, Гродно, ГрГУ имени Янки Купалы

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МЕТАФОР В ЮРИДИЧЕСКОМ ЯЗЫКЕ

Юридический язык, как специализированная форма лингвистической коммуникации, часто опирается на метафоры для объяснения сложных правовых концепций и обеспечения ясности в правовом регулировании. Метафоры в юридическом языке помогают сделать абстрактные правовые термины более доступными и понятными для широкой аудитории, включая судей, адвокатов и простых граждан.

Метафора (от греч. *metaphora* ‘перенос’) – это фигура речи, основанная на употреблении слова или выражения в переносном значении на основе сходства, аналогии или ассоциации. Иными словами, это перенос свойств одного предмета или явления на другой по принципу их сходства в каком-либо отношении или по контрасту.

Аристотель, один из первых исследователей метафоры, определял ее как «перенесение слова с изменением значения из рода в вид, из вида в род, или из вида в вид, или по аналогии». Это определение заложило основу для понимания метафоры как языкового феномена на многие столетия.

В современной лингвистике и когнитивной науке метафора рассматривается не только как стилистический прием, но и как фундаментальный когнитивный механизм, играющий ключевую роль в процессах мышления и познания. Согласно теории концептуальной метафоры, разработанной Джорджем Лакоффом и Марком Джонсоном, метафора – это не просто языковое явление, а способ мышления, структурирующий наше восприятие, мышление и действия.

Прежде всего, следует отметить, что метафоры в юридических текстах встречаются гораздо чаще, чем может показаться на первый взгляд. Многие из них настолько прочно вошли в юридический язык, что воспринимаются как устоявшиеся термины. Например, *бремя доказывания, отмывание денег, юридическое лицо* – все эти выражения по своей сути метафоричны.

Одной из наиболее распространенных метафор в юридическом языке является представление закона как живого существа. Мы часто встречаем выражения типа *закон гласит, закон требует, закон защищает*. Эта пер-

сенификация закона придает ему авторитет и силу, подчеркивая его роль как активного субъекта в правовой системе.

Другая часто встречающаяся группа метафор связана с пространственными отношениями. В юридическом языке мы постоянно сталкиваемся с *высшими и нижестоящими судами, вертикалью власти, правовым полем*. Эти метафоры помогают структурировать сложную иерархию правовой системы, делая ее более понятной и наглядной.

Метафора *весов правосудия* является одной из самых известных и древних в юридическом дискурсе. Она не только символизирует справедливость, но и подчеркивает идею баланса и равновесия в праве. Эта метафора часто используется в судебных решениях, где судьи *взвешивают* доказательства и аргументы сторон.

Интересно отметить, что многие юридические метафоры заимствованы из мира физических объектов и явлений. Так, мы говорим о *жестких и мягких законах, пробелах в законодательстве, коллизии правовых норм*. Эти метафоры помогают визуализировать абстрактные правовые концепции, делая их более доступными для понимания.

В области договорного права часто используются метафоры, связанные со строительством и архитектурой. Принято говорить о *построении договорных отношений, фундаменте соглашения, рамках договора*. Эти метафоры подчеркивают структурированность и системность договорных отношений.

Особый интерес представляют метафоры в области интеллектуальной собственности. Здесь встречаются такие выражения, как *тиратство* (для обозначения нарушения авторских прав), *патентный тролль, торговая марка*. Эти метафоры отражают новые реалии информационного общества и помогают осмысливать сложные отношения в сфере нематериальных активов.

В уголовном праве широко распространены метафоры, связанные с охотой и военными действиями. *Преследование* преступников, *борьба с преступностью, война с наркотиками* – все эти выражения подчеркивают активную, наступательную позицию правоохранительных органов.

Анализируя функции метафор в юридических текстах, можно выделить несколько ключевых аспектов.

Во-первых, метафоры служат инструментом упрощения сложных правовых концепций. Они помогают перевести абстрактные идеи на язык конкретных, знакомых образов, делая их более доступными для понимания не только профессионалами, но и широкой публикой.

Во-вторых, метафоры играют важную роль в формировании правовой аргументации. Удачно выбранная метафора может стать мощным инструментом убеждения в судебном процессе или законотворческой деятельности. Например, метафора *плодов отравленного дерева* в уголовном процес-

се США эффективно иллюстрирует идею о недопустимости доказательств, полученных незаконным путем.

В-третьих, метафоры способствуют развитию правовой мысли. Они могут служить основой для формирования новых правовых концепций и доктрин. Так, метафора *рынка идей*, предложенная судьей Оливером Уэнделлом Холмсом, стала важным аргументом в защиту свободы слова в американской юриспруденции.

Однако использование метафор в юридическом языке не лишено проблем и ограничений. Чрезмерное увлечение метафорами может привести к неточностям и двусмысленностям в толковании правовых норм. Кроме того, некоторые метафоры могут устаревать или терять свою актуальность с изменением социальных и технологических условий.

Особую сложность представляет перевод юридических метафор с одного языка на другой, особенно когда речь идет о разных правовых системах. Метафора, понятная и эффективная в одной правовой культуре, может оказаться непонятной или даже вводящей в заблуждение в другой.

В заключение следует отметить, что анализ метафор в юридических текстах позволяет не только лучше понять специфику юридического языка, но и глубже проникнуть в сущность правового мышления. Метафоры, используемые в правовой сфере, не являются случайными или поверхностными; они отражают культурные, исторические и философские основы правовой системы. Эти выразительные средства показывают, как общество концептуализирует такие фундаментальные понятия, как справедливость, права, обязанности и государство, и как эти концепции эволюционируют во времени. Таким образом, исследование метафор в юридическом языке имеет не только теоретическое, но и практическое значение, способствуя улучшению юридической практики и укреплению правовой культуры в обществе.

М. А. НЕЧАЙ

Беларусь, Гродно, ГрГМУ

**ТЕРМИНЫ-ЭПОНИМЫ ПРЕДМЕТНОЙ ОБЛАСТИ
«ОТОРИНОЛАРИНГОЛОГИЯ» (НА МАТЕРИАЛЕ
НЕМЕЦКОГО ЯЗЫКА)**

Медицинская терминология является не только наиболее многочисленной, но и одной из самых сложных терминологических систем. Она складывалась столетиями на протяжении всей истории медицины и продолжает активно развиваться с медицинской наукой. Медицинская терминология представляет собой специфический пласт лексического фонда

с особенностями словообразовательного, структурно-семантического и стилистического характера.

Исследования белорусских лингвистов посвящены изучению анатомической, онкологической, стоматологической, хирургической терминосистем, а также терминологии в области акушерства и гинекологии, репродуктивной системы и др. Такая область медицины, как оториноларингология, еще не являлась предметом исследования. Оториноларингология (часто отоларингология) – раздел медицины и медицинская специальность, которая специализируется на диагностике и лечении патологий уха, горла, носа, а также головы и шеи [1].

Предлагаемая статья посвящена вопросам использования имен собственных в терминологии предметной области «Оториноларингология». Рассматриваются термины-эпонимы или эпонимические названия, разные по времени создания, структуре и словарному значению.

Отдельный пласт в системе медицинских терминов занимают понятия, в состав которых входят имена собственные, образуя термины-эпонимы, представляющие довольно распространенный способ терминологической номинации. Эпонимы функционируют в языке в качестве цельнооформленных и раздельнооформленных единиц. Цельнооформленные единицы соответствуют всем требованиям обычной лексической единицы и могут быть представлены в виде названия явления, понятия, метода и пр., получивших свое наименование в честь человека, впервые обнаружившего или описавшего их. Раздельнооформленные эпонимы состоят из двух и более слов, т. е. представлены в форме словосочетания и составляют абсолютное большинство эпонимических терминов [2, с. 67]. Эпонимические термины в большинстве своем – это исключительные понятия, уникальность которых выражается через имя собственное.

Отметим, что эпонимические термины в силу вторичности своего происхождения подразделяются на абсолютно мотивированные термины-эпонимы (способность его формы составлять представление о называемом понятии), частично мотивированные термины-эпонимы (в разной степени более или менее устойчиво выражают связь между содержанием и внешней формой понятия).

По структурно-семантической категории эпонимические термины полностью совпадают с обычными терминами. И в этом, и в другом случае в состав словосочетаний, в качестве зависимого слова, входят имена существительные, имена прилагательные, а также причастия. В зависимости от части речи, к которой принадлежит зависимое слово, словосочетания подразделяются на: 1) субстантивно-адъективные беспредложные; 2) субстантивно-субстантивные беспредложные; 3) субстантивно-субстантивные с предлогом [3, с. 285].

Нами было выявлено 42 термина-эпонима в терминологии изучаемой области медицины. В процессе исследования терминологии предметной области «Оториноларингология» немецкого языка были выделены следующие термины-эпонимы:

Der Adamsapfel ‘адамово яблоко, кадык’. Название «адамово яблоко» связано с преданием о том, как Адам вкусили запретный плод с дерева познания добра и зла. Подразумевается, что плод застрял у Адама в горле, поэтому иногда упоминается как символ греха;

Die Eustachische Röhre ‘евстахиева труба’ (названа в честь описавшего ее Бартоломео Эустахио – итальянского врача и анатома XVI в.);

Die Meniere–Krankheit или *Morbus Menière–Menière’sche Erkrankung* ‘болезнь Ментьера’ (болезнь была впервые изучена французским врачом Проспером Ментьером);

Politzern ‘продувать евстахиевые трубы по методу Полицера’ (он разработал ряд внутриушных операций на слуховых косточках, предложил метод продувания ушей («полицеровское продувание»));

Die Angina Ludovici ‘ангина Людвига’ (открыта в 1836 году немецким врачом Вильгельмом Фредериком фон Людвигом);

Fowler test ‘тест Фаулера’ (тест выравнивания громкости по Фаулеру чаще всего используется для дифференциальной диагностики болезни Ментьера и невриномы слухового нерва);

Lüscher color test ‘цветовой тест Люшера’ (проективная методика исследования личности и впервые опубликованная швейцарским психотерапевтом Максом Люшером в 1949 г.) и др.

Приведем примеры, когда термин совмещает в себе имена двух и более людей: *die Abt–Letterer–Siwe–Krankheit* ‘болезнь Абта–Леттерера–Сиве’ (клиническая картина заболевания впервые была описана в 1924 г. Леттерером); *die Plaut–Vincent–Angina* ‘ангина Симановского–Плаута–Венсана’. В 1989 г. Х. К. Плаут и Х. Венсан одновременно описали особую форму язвенно-некротической ангины, возникновение которой обусловлено симбиозом бактерий – веретенообразной палочки и спирохетой полости рта. Более детально эта форма ангины как заболевание была описана Н. П. Симановским в 1890 г.

Достоинства и недостатки медицинской эпонимической терминологии уже обсуждались лингвистами неоднократно, высказывались аргументы за и против эпонимических терминов. Наше исследование также выявляет ряд недостатков эпонимических терминов: 1) недостаточная мотивированность (имя выступает в качестве классифицирующего элемента и указывает на происхождение объекта, а не на понятийные признаки); 2) не обладают высокой научной точностью (за одним эпонимом могут закрепляться несколько терминов); 3) эпонимические термины, состоящие из трех и более фамилий,

крайне неудобны для практического употребления; 4) многие болезни имеют различные эпонимы в разных странах; 5) создание дополнительных синонимических рядов; 6) эпоним может указывать только на одного человека, в то время как открытие может быть результатом работы многих и др.

При всех сложностях употребления эпонимов следует упомянуть и о положительном влиянии, которое они имеют в науке. Очевидными преимуществами эпонимов являются их краткость и смысловая емкость.

Эпонимические термины – это часть профессиональной культуры, поэтому отказаться от них совершенно невозможно. Они отражают фрагменты истории медицинской науки, сохраняют имена ученых, увековечивают преемственность научного знания, способствуя культурному обогащению и успешному развитию медицины.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Большая российская энциклопедия : [в 35 т.] / науч.-ред. совет Ю. С. Осипов (пред.) [и др.]. – М. : Большая рос. энцикл., 2004–2017. – 27 921 с.
2. Гатауллин, Р. Г. Эпонимы в языке спорта / Р. Г. Гатауллин // Немецкий язык в Башкортостане : проблемы и перспективы : материалы 11-й Междунар. науч.-практ. конф. – Уфа : БашГУ, 2016. – С. 66–74.
3. Новинская, Н. В. Структурно-грамматическая характеристика терминов-эпонимов / Н. В. Новинская // Вестник Астраханского государственного технического университета. – 2004. – № 3. – С. 284–289.

У. Н. НОВИК, М. Е. МАСЛОВА

Беларусь, Барановичи, БарГУ

ТРИЛЛЕРЫ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ КИНЕМАТОГРАФЕ: ЛИНГВОПРАГМАТИЧЕСКИЙ ПОДХОД К НАЗВАНИЯМ

В наши дни невозможно представить человеческое общество без кинофильмов. Кинофильмы вызывают улыбку и слезы, восторг и страх, заставляют задуматься над множеством серьезных проблем, обучают и развлекают. Существует большое количество киножанров, рассчитанных на разную зрительскую аудиторию. В нашем исследовании мы обратились к фильмам жанра «триллер», т. к. сейчас данный жанр является одним из самых популярных, позволяя зрителю уйти от каждодневной реальности и представляя собой своеобразную загадку для ума.

Название фильма играет важную роль в кинопроизводстве, т. к. оно является первым, на что обращает внимание потенциальная зрительская аудитория. Название фильма (фильмоним) должно стимулировать интерес и соответствовать ценностям аудитории. Оно вызывает ассоциации, на ос-

нове которых зритель строит предположения о содержании фильма и формирует желание или нежелание его посмотреть [1, с. 27].

Семантика названий фильмов позволяет рассматривать их как особый разряд имен собственных. Заголовок фильма может быть рассмотрен как особая категория имени [2]. Фильмонимы, как и заголовки произведений художественной литературы, часто отражают основную идею фильма. Они объединяют различные категории имен собственных, имеющих денотат в разных сферах жизнедеятельности человека [3]. Семантика (смысл) названия фильма влияет на его функцию. Различают следующие функции фильмонимов: номинативная – называет фильм; коммуникативная – доносит информацию о фильме; эстетическая – создает образ или впечатление от фильма.

Структурно-семантический анализ фильмонимов показывает их разнообразие в функциях и значениях. Отметим, что семантика фильмонима зависит от характера информативной функции. Наиболее содержательные фильмонимы часто включают в себя известные имена. Немалую часть составляют названия фильмов, которые являются аллюзиями на известные произведения и имена, что свидетельствует о популярности экранизации литературных произведений [4].

Для нашего исследования методом частичной выборки было отобрано 130 названий англоязычных фильмов жанра триллер, вышедших на мировые экраны в последние 15–20 лет. Мы разделили отобранные названия фильмов на несколько подгрупп в зависимости от способа образования:

1. Noun: *Shutter Island* (2010), *Prisoners* (2013), *Altar* (2014).
2. Adjective/Participle: *Sinister* (2012), *Silent* (2016), *Ultra* (2017).
3. Adjective/Participle + Noun: *Gone Girl* (2014), *Black Swan* (2010).
4. Noun + Noun: *The Ghost Writer* (2010).
5. Noun +Preposition: *The Girl with the Dragon Tattoo* (2011).

Самой многочисленной группой является группа Noun (63 из 130 фильмонимов, 48,4 %), далее следует группа фильмонимов, представленная различного рода словосочетаниям, (57 из 130 фильмонимов, 43,8 %), а самой малочисленной – группа названий, выраженных Noun + Preposition (8 из 130 фильмонимов, 6,15 %).

Фильмонимы, представленные одиночными лексемами существительными, дают возможность кратко и емко обрисовать общую информацию о фильме (*Prisoners*). 12 фильмонимов этой группы содержат имена собственные – имена главных героев (*Enola Holmes*) либо географические названия (6 фильмонимов – *Death on the Nile*), что придает названию фильма большую конкретность. Тем не менее, мы считаем, что недостатком названий-словоформ все же является их низкая информативность (*The Town*).

Большое количество фильмонимов, выраженных различными сочетаниями, объясняется тем фактом, что такие названия способны лучше отразить сюжет и атмосферу фильма, а также привлечь внимание зрителей. Названия-предложения, в свою очередь, менее распространены из-за своего значительного объема. Среди отобранных нами фильмонимов не оказалось ни одного фильмонима-предложения, что говорит о непопулярности названий такого типа. Ряд фильмонимов-словосочетаний вызывает у зрительской аудитории ассоциации с известными литературными произведениями (*The Invisible Man*) или же со знакомыми фильмами (*Mad Max: Fury Road*), что также является немаловажным фактором для привлечения внимания потенциального зрителя и популярности фильма. Использование словосочетаний в названиях фильмов – это простой и эффективный способ передачи основных тем и атмосферы фильма, а также создания узнаваемого бренда.

В ходе нашего исследования мы также обратили внимание на то, что ряд лексем в названиях фильмов-триллеров повторяются. Это такие лексемы, как *wild* (*Wild Life*), *dark* (*Dark Mirror*), *black* (*Black Swan*), *murder* (*Murder on the Beach*, *Mysterious Murder*), *girl* (*Gone Girl*, *The Girl with the Dragon Tattoo*), *purge* (*The Purge*, *The Purge: Anarchy*), *silence* (*Silence*). Вышеперечисленные лексемы (за исключением лексемы *girl*) отличаются «темной окраской», что соответствует характеру большинства фильмов-триллеров. В фильмонимах этого жанра частое использование данных лексем объясняется желанием создателей фильмов создать так называемый саспенс – напряженную атмосферу тревожного ожидания. Кроме того, использование этих лексем помогает указать на основной тон и тематику фильмов, что помогает привлечь целевую аудиторию. Наличие данных лексем в названиях фильмов жанра «триллер» может иметь отсылки к ключевым сюжетным элементам. Некоторые фильмонимы содержат ключевые слова, связанные с основным поворотом сюжета или захватывающими моментами, такими как *Dark Mirror*.

Название фильма – это своего рода способ общения со зрителями на нескольких уровнях. Оно привлекает их внимание, создает ожидания, передает основную идею и выражает авторский замысел. Эффективное название фильма может вызвать любопытство, интригу и желание узнать больше о фильме. Оно может также заложить основу для интерпретации и понимания фильма зрителями. В целом, название фильма – это мощный инструмент, который позволяет создателям фильмов общаться со зрителями и формировать их восприятие и ожидания от фильма.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Горшкова, В. Е. Название фильма как неотъемлемая часть образа / В. Е. Горшкова // Кинодиалог. Образ-смысл. Перевод : коллективная монография / В. Е. Горшко-

ва, Е. А. Колодина, Е. В. Кремнев [и др.] ; под общ. ред. В. Е. Горшковой. – Иркутск : МГЛУ ЕАЛИ, 2014. – С. 26–36.

2. Алиева, С. А. Семантический анализ особенностей названий фильмов на английском и кыргызском языках / С. А. Алиева // Наука, новые технологии и инновации Кыргызстана. – 2016. – № 1. – С. 172–176.

3. Веселова, Н. А. Заглавие литературно-художественного текста: Онтология и поэтика : дис. ... канд. филол. наук : 10.01.08 / Веселова Наталья Анатольевна ; Твер. гос. ун-т. – Тверь, 1998. – 236 л.

4. Цыркун, Д. И. Лингвистические особенности наименований английских и американских кинофильмов / Д. И. Цыркун // Идеи. Поиски. Решения : сб. ст. и тез. XIV Междунар. науч.-практ. конф. преподавателей, аспирантов, магистрантов, студентов, Минск, 20 ноября 2020 г. В 5 т. Т. 1 / БГУ, Филол. фак., Каф. англ. языкоznания ; редкол.: Н. Н. Нижнева (отв. ред.) [и др.]. – Минск : БГУ, 2020. – С. 146–152.

С. А. ПИЛИПЕНКО

Беларусь, Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

СЛОВООБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ МОДЕЛИ ИМЕН ПРИЛАГАТЕЛЬНЫХ С ПОЗИЦИИ ПОЛИТКОРРЕКТНОСТИ НЕМЕЦКОГО ЯЗЫКА

Политкорректность в немецком языке, как и в других языках, относится к попытке избежать оскорбительных или дискриминационных выражений, особенно в отношении расовой, этнической, гендерной или другой идентичности. В Германии это явление стало особенно актуальным в последние десятилетия, в связи с усиливающимся вниманием к вопросам социального равенства и прав человека.

В немецком языке существует несколько направлений проявления политкорректности. Во-первых, тенденция к использованию негендерных форм, чтобы избежать исключения женщин из языка; во-вторых, некоторые слова и выражения подвергаются переосмыслинию и замене, чтобы избежать негативных коннотаций; в-третьих, подвергается пересмотру употребление терминов, описывающих различные этнические группы; в-четвертых, усиливается важность контекста в использовании языка, т. к. то, что может считаться приемлемым в одном контексте, может быть оскорбительным в другом.

Словообразовательные модели политкорректной лексики в немецком языке отражают тенденцию избегать слов или выражений, которые могут быть оскорбительными или дискриминационными, заменяя их более нейтральными формами.

Среди классических способов словообразования имен прилагательных в немецком языке необходимо указать следующие: суффиксация (например, *-ig*: *hungrig* от *Hunger*; *-lich*: *kindlich* от *Kind*; *-isch*: *deutsch* от *Deutschland*; *-haft*: *lebenshaft* от *Leben*; *-voll*: *liebvoll* от *liebe*); префиксация (например, *un-*: для образования антонимов *bereit* – *unbereit*); сложные прилагательные (например, *hochgradig* от *hoch* и *grad*); производные прилагательные (например, *gerecht* от *Gerechtigkeit*); обороты с причастиями (например, *laufend* и *geschrieben*); глагольные формы (например, *lebendig* от *leben*). Эти модели позволяют создавать разнообразные прилагательные, отражающие разные оттенки значений и подходящие для различных контекстов [1].

Политкорректные словообразовательные модели, особенно в части имен прилагательных, в современном немецком языке направлены в первую очередь на включение и уважение всех групп населения.

Так, можно отметить активное использование префиксации с целью изменения значения прилагательных для достижения большей нейтральности или приемлемости (например, *queer-*: *queer-freundlich*). Также, отмечается употребление перефразирования, когда вместо использования нагрузочных или устаревших терминов немецкий язык предлагает использовать описательные выражения (например, *nicht-weiße Personen*). Некоторые прилагательные полностью заменяются более нейтральными аналогами (например, *alt* заменяется на *ältere Menschen*) для уменьшения стигматизации. Усилить эффект политкорректности также позволяют семантические замены, которые содержат менее негативные или более нейтральные значения (например, *krank* → *pflegebedürftig*) и создание новых слов (например, *dunkelhäutig* → *Menschen mit dunkler Hautfarbe*).

Эти модели и подходы показывают, как язык может эволюционировать, чтобы быть более инклюзивным и уважительным. Использование политкорректных прилагательных в немецком языке подчеркивает важность коммуникации и взаимопонимания в многообразном обществе. Политкорректная лексика в немецком языке постоянно развивается в ответ на изменения в обществе и культурные нормы. Тенденции к политкорректности иногда вызывают дискуссии, но они отражают создание более равноправного общества.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Словарь словообразовательных элементов немецкого языка = *Wortbildende Elemente der deutschen Sprache* / А. Н. Зуев, И. Д. Молчанова, Р. З. Мурясов [и др.]; под рук. М. Д. Степановой. – 2-е изд., стер. – М. : Рус. яз., 2000. – С. 479–518.

СУНЬ ЖҮЙ

КНР, Аньхой, Аньхойский университет

КОМПЛЕМЕНТ ДЛИТЕЛЬНОСТИ В КИТАЙСКОМ ЯЗЫКЕ: ГРАММАТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ И УПОТРЕБЛЕНИЕ

Комплемент длительности (时量补语, shíliáng bùyǔ) является одной из ключевых конструкций в китайском языке, позволяя выражать продолжительность действия. В отличие от русского языка, где длительность часто передается через обстоятельства времени, китайский использует особую грамматическую структуру. Данная статья рассматривает особенности использования комплемента длительности, его структуру, правила построения предложений и семантические различия в употреблении временных обозначений.

1. Грамматическая характеристика комплемента длительности.

Комплемент длительности – это член предложения, который ставится после глагола и указывает, как долго длилось действие. Он выражается словами или словосочетаниями, обозначающими период времени (например, 一天 yì tiān – один день, 三个小时 sān gè xiǎoshí – три часа).

Отличительной чертой китайского языка является наличие двух вариантов временных обозначений для часов и минут:

- 点 (diǎn) и 分 (fēn) используются для указания точного времени (例: 现在八点三十七分 Xiànzài bā diǎn sānshíqī fēn – Сейчас 08.37).

- 小时 (xiǎoshí) и 分钟 (fēnzhōng) применяются при указании продолжительности (例: 他学了两个小时汉语 Tā xué le liǎng gè xiǎoshí hàn yǔ – Он учил китайский язык два часа).

2. Структура предложений с комплементом длительности.

Предложение с комплементом длительности может строиться различными способами в зависимости от наличия и характера дополнения.

2.1. Простая структура: глагол + комплемент длительности используется, если после сказуемого нет дополнения:

- 我休息了一周。Wǒ xiūxí le yì zhōu. – Я отдохнул неделю.
- 他工作了两年。Tā gōngzuò le liǎng nián. – Он работал два года.

2.2. Глагол с личным местоимением в роли объекта.

Если объектом является личное местоимение, возможны два варианта построения предложения с комплементом длительности:

- 1) глагол повторяется перед комплементом длительности:

• 我们等他等了二十分钟。Wǒmen děng tā děng le èrshí fēnzhōng. – Мы ждали его 20 минут.

• 老师辅导我们辅导了两个小时。Lǎoshī fǔdǎo wǒmen fǔdǎo le liǎng gè xiǎoshí. – Учитель консультировал нас два часа.

2) комплемент длительности следует сразу после объекта:

• 我们要等他20分钟。Wǒmen yào děng tā 20 fēnzhōng. – Нам нужно ждать его 20 минут.

2.3. Глагол с неодушевленным объектом.

Если объект выражен неодушевленным существительным или местоимением, возможно несколько вариантов структуры:

1) глагол + комплемент длительности + 的 + объект:

• 我学了一年汉语。Wǒ xué le yì nián hànyǔ. – Я изучал китайский язык один год.

• 我画了两个小时的画儿。Wǒ huà le liǎng gè xiǎoshí de huà. – Я рисовал картину два часа.

2) глагол повторяется перед комплементом длительности:

她复习学过的东西复习了一个小时。Tā fùxí xuéguò de dōngxī fùxí le yígè xiǎoshí. – Она повторяла пройденный материал час.

2.4. Исключения.

С некоторыми глаголами (приходить, уходить, жениться и др.) структура несколько иная:

• 他离开已经两年了。Tā líkāi yǐjīng liǎng nián le. – Он уехал уже два года назад;

• 他们结婚二十年了。Tāmen jiéhūn èrshí nián le. – Они женаты уже 20 лет.

3. Семантические различия в употреблении 了.

В предложениях с комплементом длительности употребление 了 (le) имеет особые правила:

1) Если действие началось в прошлом и продолжается, используется две 了:

• 我看电视看了两个小时了。Wǒ kàn diànshì kàn le liǎng gè xiǎoshí le. – Я смотрю телевизор уже два часа (и продолжаю смотреть).

2) Если действие завершилось, 了 ставится только после сказуемого:

• 我看电视看了两个小时。Wǒ kàn diànshì kàn le liǎng gè xiǎoshí. – Я смотрел телевизор два часа (и уже не смотрю).

Комплемент длительности играет важную роль в выражении временных характеристик действий в китайском языке. Его использование подчиняется четким грамматическим правилам, включая повтор глаголов, выбор подходящего временного обозначения и употребление 了 в зависимости от завершенности действия. Понимание этих аспектов значительно облегчает изучение китайского языка и способствует точной передаче смысловых оттенков временных конструкций в межкультурной коммуникации.

Е. И. ТАРАШКЕВИЧ

Беларусь, Минск, ВА РБ

ЛЕКСИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ТЕКСТОВ НАУЧНО-ПОПУЛЯРНОГО СТИЛЯ

Текст является таким объектом исследования, который допускает возможность разного подхода, разных аспектов его рассмотрения. Например, текст показывает, как используются изучаемые морфолого-синтаксические и лексико-грамматические конструкции, он является образцом монологической и диалогической речи, может служить базой для построения самостоятельного высказывания, является собой пример функционального стиля (разговорного, научного, газетно-публицистического, официально-делового).

Занятия по иностранному языку в неязыковом вузе направлены на формирование профессиональной языковой компетенции посредством применения научных текстов. Основной мотивацией изучения языка является получение профессиональных знаний, поэтому обучение языку специальности начинают и наиболее полно реализуют на основе собственно научных, а вместе с ними учебно-научных и научно-популярных текстов.

Работа над научными текстами и накоплением специальной лексики начинается уже на начальном этапе, но, как правило, наиболее активное изучение профессиональной лексики и, соответственно, научного стиля речи происходит на продвинутом этапе обучения, когда основной целью обучения становится овладение предметами, связанными с будущей специальностью.

Исходя из того, что важнейшим принципом коммуникативной методики является изучение лексики на синтаксической основе, знание изолированных слов не гарантирует правильного построения предложений. С другой стороны, не существует изолированных от лексики синтаксических конструкций, на основании чего можно сделать вывод, что для получения знаний о профессиональной коммуникации, а также для удовлетворения

профессиональных коммуникативных потребностей целесообразно использовать в качестве учебного материала научно-популярный текст.

Понятие «научно-популярный текст» – это научная концепция в «обычном» оформлении для среднестатистических читателей. Научно-популярные тексты направлены на популяризацию достижений научной мысли и реализацию актуальных прагматических коммуникативных задач. Авторы этих текстов пытаются найти наиболее оптимальные способы распространения научных фактов. При этом презентация интересующих фактов и их рефлексивная интерпретация могут включать в себя оценочную и эмоционально-заряженную лексику [1].

Соответственно, научно-популярные тексты характеризуются экспрессивностью, эмоциональностью и субъективной оценкой автора созданных и создаваемых научных концепций [2, с. 43].

Научно-популярный подстиль обладает стилистически интегрированной природой: он излагает научную информацию, т. к. относится к научному стилю. Содержание научно-популярного текста аналогично с собственно научным, некоторые элементы непосредственно научной речи наличествуют и в научно-популярных произведениях – это в первую очередь общенаучная лексика и терминология [3, с. 45]. Авторы научно-популярных текстов, если говорить о научной сфере, показывают зачастую готовый результат, вместе с тем опуская основную часть логических доказательств и сухую аргументацию, стараясь написать текст доступным, увлекательным языком.

Научно-популярный текст представляет собой стилистико-речевую разновидность научного функционального стиля. В сравнении с собственно научным он выполняет «дополнительные» задачи коммуникации – переводит сложную терминологическую информацию на язык неспециального знания, в связи с чем выполняются задачи популяризации научных знаний.

Методы подачи специальной лексики в научно-популярном тексте, если сравнивать их с подачей лексики в научном тексте, имеют свои особенности. Вместе с дефинициями характерными для научного стиля речи, такими, как родовой признак и видовое отличие, в научно-популярных текстах существуют различные методы по введению терминов, использующихся только в научно-популярных произведениях.

Сравнивая собственно научный и научно-популярный тексты на одну тему можно проследить общее содержание темы, при этом обнаружить, что способы изложения содержания разнятся. В собственно научном тексте имеет место преобладание формул, схем и графиков, структура текста четкая, изложение лишено какой-либо эмоциональной окраски. В тексте научно-популярного характера перед главной информацией изложена второстепенная информация, которая представлена не собственно научным языком, в ней можно проследить черты художественного стиля. Такой

принцип изложения в научно-популярном тексте не случаен, он помогает привлечь внимание к данной проблеме.

В настоящее время проблема места научно-популярного текста в системе функциональных стилей (а соответственно, и его жанров) до сих пор вызывает прения в лингвистике. С учетом наличия общих признаков научно-популярного текста с непосредственно научным и немного трансформированных вторичных экстралингвистических факторов (облегченность содержания, упрощенность, «осложенность» цели и задачи коммуникации), сферу научной популяризации следует рассматривать в качестве подстиля научного функционального стиля. По мнению Т. Н. Хомутовой, С. Г. Петрова [4, с. 39], целесообразно дифференцировать стилевой аспект научно-популярных текстов в качестве подстиля единого научного стиля, что отпечатывается на каждом уровне его структуры.

Языковыми особенностями научно-популярного текста с точки зрения лексики является использование терминов (однословных, составных, клише), отглагольных существительных общенациональных слов и сложносоставных существительных.

Как было указано, научно-популярные тексты направлены на массового читателя, поэтому в них отмечается наличие значительного количества общеупотребительной лексики, нехарактерной для научного стиля. Подобная лексика встречается в разговорном стиле речи. Разговорный стиль речи используется в сфере неформальных, точнее неофициальных внеслужебных отношений. Этот стиль чаще называют разговорно-бытовым, но более точно было бы назвать его разговорно-обиходным, потому что он не только отражает бытовую сторону жизни, но употребляется как средство общения и обслуживает почти все сферы – бытовую, семейную, производственную, общественно-политическую, научную, культурную, спортивную.

Существуют некоторые дополнительные оттенки, присущие языковым средствам, использующимся в условиях бытового, неофициального общения. Они проявляются в непринужденности, резкой оценке какой-либо информации, большей эмоциональности, нежели нейтральные эквиваленты, таким образом, эти языковые средства становятся разговорными.

Благодаря дополнительной «разговорной» окраске подобные языковые единицы широко употребляются и за пределами разговорной речи – в художественных, публицистических, а также научно-популярных текстах.

Элементы разговорной лексики способствуют передаче эмоционального настроения текста. Известно, что научно-популярный текст непременно содержит научную информацию. Разговорная лексика делает текст доступным для понимания сообщений о научных открытиях, явлениях, экспериментах.

Следует указать, что некоторые тексты могут быть перегружены не активной для языка данной специальности лексикой. Это затрудняет пони-

мание содержания текстов и в целом снижает уровень усвоения материала. Большое значение при чтении научно-популярного текста имеет работа с лексикой. Чтобы добиваться правильного понимания значения слов, следует проводить дополнительную работу до прочтения и понимания содержания текста, а именно научить:

- работать со словами, имеющими несколько значений;
- разбираться в различных оттенках слов-синонимов и адекватно использовать их в речи;
- определять значение слов, опираясь на их антонимы;
- понимать слова в соответствии с их словообразовательными элементами.

Итак, своеобразием словаря научно-популярных текстов является смешение таких пластов лексики, как научная (термины и терминологические сочетания, репрезентирующие содержание текста) и лексика разговорная, приближающая научную проблематику к пониманию. Практика преподавания иностранного языка показывает, что научно-популярные тексты с лингводидактических позиций целесообразны в использовании на занятиях.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Яхонтова, Т. В. Жанровые характеристики англоязычного научного блога / Т. В. Яхонтова // Филология и литературоведение. – 2014. – № 1. – URL: <https://philology.sciencedom.ru/2014/01/653> (дата обращения: 05.02.2025).
2. Ефремова, Н. В. Медицинский текст в когнитивно-дискурсивном аспекте / Н. В. Ефремова // Теория и практика науки третьего тысячелетия : сб. ст. Междунар. науч.-практ. конф., Уфа, 7 марта 2014 г. – Уфа : БашГУ, 2014. – С. 42–44.
3. Баташева, Л. А. Варианты толкования терминов в разных типах научной речи / Л. А. Баташева // Вопросы стилистики. Межстилевая и внутристилевая вариантность языковой системы. – Саратов : СГУ, 1986. – С. 43–58.
4. Хомутова, Т. Н. Научно-популярный текст: интегральная модель / Т. Н. Хомутова, С. Г. Петров // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Лингвистика. – 2013. – № 2. – С. 37–41.

О. Н. ЧАЛОВА

Беларусь, Минск, МГЛУ

ССЫЛКИ НА СОМНЕНИЕ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ НАУЧНОМ ДИАЛОГЕ

Одним из конститутивных признаков научного дискурса признается принципиальное равенство его участников (Е. В. Михайлова), подразумевающее, что монополией на истину в научном мире не обладает никто,

а бесконечность познания побуждает его субъектов относиться с той или иной долей сомнения как к «чужому», так и собственному мнению, теории, идее и т. д.

Статус сомнения как неотъемлемого элемента научного дискурса обуславливает определенный исследовательский интерес к особенностям его актуализации. В связи с этим *объектом* нашего анализа являются прямые ссылки на сомнение/неуверенность (порядка 200 высказываний), представленные в такой разновидности научного общения, как научный диалог, рассматриваемый нами как «среда», активизирующая вербализацию модуса сомнения. Цель исследования – выявление особенностей функционирования и классификация ссылок на сомнение, циркулирующих в научном диалоге. *Актуальность* работы обусловлена необходимостью изучения научного диалога в качестве особого вида научного общения, отличающегося от других форм научной речи по ряду параметров, в том числе и спецификой актуализации модусных значений. Источником материала служат стенограммы современных англоязычных научных дискуссий различной отраслевой и тематической направленности (естественные и гуманитарные науки) в объеме 150 тысяч словоупотреблений.

Наблюдения за функционированием высказываний с эксплицитным модусом сомнения в научном диалоге позволяют выявить следующие тенденции их использования (сразу отметим, что в научном диалоге сомнение/неуверенность может выражаться посредством разных видов высказываний, например ссылок на мнение (*I think, I suppose, in my opinion* и др.) или высказываний, включающих средства алетической модальности (*maybe, perhaps* и др.); однако в фокусе настоящего исследования находятся не любые высказывания, передающие ту или иную степень неуверенности, а прямые ссылки на сомнение, открыто влияющие на объект воздействия: *I doubt that* и под.).

1. Особенности использования ссылок на сомнение в научном диалоге.

Во-первых, модус сомнения в изучаемом типе коммуникации обычно имеет разную синтаксическую реализацию: обычно предикатную (*I doubt, It seems that, I'm not sure* и под.); реже – парантетическую (*So seemingly that's a possibility*) или синтаксически свернутую (*I haven't directly tested the sensitivity issue in my lab. However, a recent paper by Robert Siman casts serious doubts*). Слабая востребованность парантетически оформленного модуса сомнения обусловлена не столько спецификой научного диалога, сколько характером системы средств выражения рассматриваемого значения в английском языке, т. е. ограниченностью соответствующих ресурсов в языковой системе. В свою очередь, широкая представленность предикатных конструкций, по всей видимости, объясняется их сигнально-

предупредительным характером, помогающим адресату своевременно определить интенции и цели говорящего.

Во-вторых, модус сомнения имеет высокую степень авторизованности в научном диалоге. По крайней мере, это относится к сомнению, отличающемуся предикатной реализацией, где субъект модуса авторизуется, как правило, посредством местоимений первого лица единственного числа (*I, me* и *my*), подчеркивающих субъективность выражаемого отношения и наделяющих научный диалог эгоцентричным характером (*I'm not sure it's a test of the validity. There is, it seems to me, for the time being agreement. I may have my personal doubts about it*). Конечно, маркированность субъекта модуса первоначальными местоимениями со значением единичности составляет специфику англоязычного научного дискурса в целом. Однако в научном диалоге использование авторского «я» приобретает особую значимость, в результате чего подавляющее большинство ссылок на сомнение представлено первоначальными конструкциями единственного числа.

В-третьих, в научном диалоге ссылки на сомнение могут быть направлены на оценку достоверности как собственного высказывания (защитно-сигнальные / превентивные ссылки), так и «чужого» (вынуждающие ссылки). В обоих случаях они используются как средство смягчения подачи материала.

Так, защитно-сигнальное сомнение используется для ослабления/смягчения аргументации, снижения категоричности собственного высказывания в соответствии с требованиями конструктивного и вежливого общения, а также в связи со специфическим характером адресата в научном диалоге (конкретным, а не абстрактным) и, соответственно, возможностью получения незамедлительной реакции с его стороны, в том числе и критического содержания, которую можно избежать за счет включения в свое сообщение маркеров сомнения, подчеркивающих признание говорящим допустимости альтернативных точек зрения и, таким образом, избавляющих адресата от необходимости напоминания об их существовании: *And the other thing, just to round off your question, again, I'm not sure whether this is helpful or not, but Ivor Goodson did some really interesting research with Andy Hargreaves about six or seven years ago in the States, looking at schools over a 20 year period* (ссылка на сомнение в уместности приводимого говорящим примера представляет собой своеобразную уловку: указывая на возможную неправомерность сообщаемых сведений, она выступает в качестве способа выражения самокритики, а любая самокритика, как известно, служит эффективным приемом блокировки потенциальной критики окружающих). Кроме того, превентивные ссылки на сомнение призваны смягчать тот негативный эффект, который могут оказать на собеседника признания говорящего в собственном незнании или неспособности отве-

тить (*I'm not sure that I can really answer your question. I'm not sure I have any thoughts that are going to be more specific than the very important point that you just made*).

Что касается вынуждающего сомнения, то оно обнаруживается в следующих основных случаях (термин «вынуждающее сомнение» предполагает направленность реплики на получение вербальной реакции со стороны адресата):

а) в аксиологически маркированных контекстах, как способ смягчения или маскировки негативной оценки / несогласия с «чужой» позицией/мнением / точкой зрения (*I am not sure I would agree with that*);

б) в составе директивных и интерrogативных реплик как прием снижения категоричности побуждения: *It seems to me that that's the question that needs answering and that you didn't get to, and I'd be glad to hear you comment on it*.

В каждом из указанных контекстов ссылка на сомнение имеет предпосыкающий характер, т. е. призвана побудить адресата к выполнению определенных действий, в том числе к взятию коммуникативной инициативы и защите своей позиции или уточнению своего вопроса.

Таким образом, ссылки на сомнение могут использоваться в различных иллокутивных контекстах, однако их основное назначение сводится к реализации деинтенсифицирующей функции.

2. Классификация ссылок на сомнение в научном диалоге.

С учетом рассмотренных особенностей ссылок на сомнение, представленных в научном диалоге, можно заключить, что их классификация может быть построена с опорой на разные критерии.

Так, возможно их подразделение на основании такого параметра, как синтаксическая оформленность модуса – предикатная и непредикатная, что позволяет отнести подавляющее большинство ссылок на сомнение к первому (предикатному) типу.

Помимо этого, определенный интерес представляет классификация ссылок на сомнение по степени их авторизованности (авторизованные и неавторизованные) и степени эгоцентричности (отличающиеся слабой, средней и высокой степенью эгоцентричности, определяемой с учетом наличия/отсутствия и типа местоимения, указывающего на субъект сомнения).

Также отметим, что содержательное и коммуникативное своеобразие научного диалога определяет и прагматическую специфику ссылок на сомнение, их иллокутивную направленность (директивную, интерrogативную, аксиологическую – в случае с вынуждающим сомнением, и презентативную – в случае с защитно-превентивным сомнением); при этом независимо от иллокутивной составляющей ссылок на сомнение их основное назначение в диалогической научной коммуникации состоит в снижении категоричности и безапелляционности высказывания.

Вместе с тем, ссылки на сомнение могут быть классифицированы и с опорой на характер их участия в развитии речевого взаимодействия/диалогический статус реплики, в составе которой они реализуются (стимулирующие или реактивные ссылки на сомнение).

Подводя итог вышесказанному, подчеркнем, что научный диалог представляет собой специфическую разновидность научного общения, в структуре которого активизируются и диверсифицируются различные типы и виды высказываний, включая ссылки на сомнение. Достаточно широкое видовое разнообразие ссылок на сомнение указывает на высокую степень их значимости в диалогических формах научной коммуникации.

Д. Н. ЩЕДРОВА М. Е. МАСЛОВА

Беларусь, Барановичи, БарГУ

**СПЕЦИФИКА РЕКЛАМНЫХ ТЕКСТОВ
ГАСТРОНОМИЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИИ В АНГЛИЙСКОЙ
ЛИНГВОКУЛЬТУРЕ**

Данная статья посвящена особенностям англоязычных гастрономических рекламных слоганов, поэтому представляется целесообразным кратко остановиться на таких понятиях как «реклама», «рекламный текст» и «рекламный слоган». «Реклама – лишь часть общей деятельности, сопровождающей выход товара на рынок. Но именно идеи, лежащие в основе рекламной компании, задают тон и направление другим маркетинговым коммуникациям. Реклама формирует образ товара, придает ему социально-психологическую значимость, задает его позицию в ряду конкурирующих товаров, определяет общую стилистику его подачи на выставках, презентациях, в частных беседах с клиентами» [1]. Рекламный текст – это специально подготовленный набор слов или фраз, предназначенный для привлечения внимания целевой аудитории и создания положительного впечатления о товаре, услуге или бренде. Благодаря авторскому умению текст рекламы является своеобразным художественным произведением, которое создает у читателя, слушателя или зрителя ясное представление о внешнем виде и содержании товара. Но рекламный текст, как и художественное произведение, обладает своей спецификой, выраженной в pragматической установке передать рекламную информацию о товаре или услуге и побудить к действию.

Важную роль в рекламе гастрономической продукции играют рекламные слоганы. «Слоган – это рекламная фраза, лозунг фирмы-производителя, цель которого передать основное предложение рекламодателя, следя задачам рекламной компании» [2, с. 8]. Эффективность рекламного

слогана зависит от его запоминаемости и информативности. Главной задачей при создании слогана является нахождение золотой середины между этими факторами, т. е. создание такого сообщения, которое будет содержать максимум информации, влияющей на потенциального потребителя, в двух-трех словах.

Питание играет центральную роль в нашей повседневной жизни и является важным аспектом нашего существования. Еда служит не только основным источником энергии и необходимых питательных веществ для нашего организма, но и залогом хорошего настроения. Еда также играет значительную роль в сфере социального взаимодействия. Гастрономия – наименование большой группы пищевых товаров высокого качества, пригодных к непосредственному употреблению. Тема еды проникает во все области массовой культуры, включающая издание кулинарных книг, проведение выставок и конкурсов, а также развитие системы общественного питания.

Материалом для нашего исследования послужили 50 англоязычных рекламных слоганов, отобранных с сайтов компаний-производителей гастрономической продукции. Проанализировав отобранный материал, мы определили наиболее и наименее частотные языковые средства, используемые для воздействия на потребителей. На фонетическом уровне в англоязычных рекламных слоганах аллитерация встречается в 10 % случаев, тогда как рифма применяется в 26 % случаев. Аллитерация в рекламных слоганах компаний продуктов питания используется для создания запоминаемости и ритма. Яркими примерами использования аллитерации являются следующие слоганы: *Join the Pepsi People Feelin' Free!* (Pepsi); *Go with the Goodness of Cheerios* (Cheerios). Использование рифмы в рекламных слоганах способствует формированию четких и легко воспринимаемых фраз и выделяет бренд среди конкурентов, а также привносит нотку юмора, как в следующих примерах: *Savour the flavor* (Lurpak); *Love it. Hate it. Just don't forget it* (Marmite).

Анализ языкового материала показал, что на лексическом уровне для создания позитивных ассоциаций наиболее часто используются такие лексемы, как *good* ‘хороший’, *food* ‘пища’, *happy* ‘счастливый’, *taste* ‘вкус’. Примерами могут послужить следующие рекламные слоганы: *Soup Is Good Food* (Campbell's); *Haribo makes children happy* (Haribo). Глаголы в повелительном наклонении в англоязычных рекламных слоганах часто используются для создания призыва к действию, побуждая потребителей попробовать продукт. Наиболее часто используются такие глаголы повелительного наклонения, как *look* ‘смотри’, *hide* ‘скрой’, *bring out* ‘раскрой’. Это можно наблюдать в следующих примерах: *Look right. Look left. Hide. Eat* (Danone); *Bring out the best* (Hellmann's).

На восприятие рекламного слогана «работают» различные художественно-изобразительные средства языка, такие как эпитеты, метафора, гипербола и др. Наиболее частотным экспрессивным средством является метафора (в 16 % от общего количества отобранных слоганов). Метафора придает рекламному слогану образность и необычность. В рекламном слогане жевательных конфет *Crank the rainbow – taste the rainbow* (Skittles) с помощью метафоры связывается яркость и разнообразие конфет с образом радуги. Слоган подчеркивает яркие и разнообразные вкусы продукта и создает ассоциации с радостью.

В качестве стилистических приемов в англоязычных рекламных слоганах широко используется гипербола и лексический повтор. Нами было отмечено 8 % случаев употребления гиперболы. Рассмотрим следующие примеры гиперболизации: *Unexplainably juicy* (Starburst); *You can't eat without it* (Heinz). Гипербола в рекламных слоганах направлена на подчеркивание «выдающихся» качеств товара. Лексический повтор используется в 12 % рекламных слоганов. Этот прием применяется для усиления воздействия на потребителя, повышения запоминаемости и создания эффекта ритмичности: *Have a Break*, *Have a Kit Kat* (Kit Kat). В рекламном слогане газированного напитка Dr. Pepper *I'm a pepper, he's a pepper, she's a pepper* повторение слова *pepper* в конце каждой части предложения создает эпифору, которая в рекламных слоганах употребляется с целью повышения запоминаемости, акцентирования основной идеи или усиления эмоциональной окраски путем повторения ключевых слов или фраз в конце предложений.

Эпитеты менее частотны в рекламных слоганах (в 4 % слоганов от всего количества отобранных). Эпитеты формируют восприятие продукта, акцентируя его ключевые характеристики. Эпитет *real* в слогане *Real soup* (Baxters) указывает на подлинность и натуральность продукта.

В процессе анализа рекламных слоганов было установлено, что наиболее частотными языковыми средствами являются рифма, метафора и лексический повтор. Рифма применяется в слоганах преимущественно благодаря своей способности повышать привлекательность сообщений, облегчать восприятие и способствовать запоминанию информации. Использование метафоры в рекламных слоганах связано с формированием ассоциативных связей и усилением эмоционального воздействия на целевую аудиторию. Лексический повтор часто служит для акцентирования внимания и создает ритмичность, что усиливает эффект рекламного сообщения. Все вышеуказанные средства направлены на повышение воздействия на потенциального покупателя.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Оришев, А. Б. Реклама: определение понятия, экономическая роль и ее особенности в России / А. Б. Оришев // Бизнес и дизайн ревю. – 2016. – № 4 (4). – С. 5–9. – URL:

https://obe.ru/journal/2016_4/orishev-a-b-reklama-opredelenie-ponyatiya-ekonomiceskaya-rol-i-ee-osobennosti-v-rossii/ (дата обращения: 01.02.2025).

2. Козина, Т. А. Синтаксис рекламного объявления как средство реализации основных функций рекламы : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19 / Козина Татьяна Анатольевна ; Саратовский гос. ун-т им. Н. Г. Чернышевского. – Саратов, 2008. – 24 с.

М. В. ЯРОШУК

Беларусь, Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

ЯЗЫКОВЫЕ ОСОБЕННОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ НЕОЛОГИЗМОВ В АНГЛОЯЗЫЧНОЙ ПРЕССЕ

Язык как средство коммуникации отражает все процессы, характерные для данного этапа развития общества, причем, своеобразными вехами, фиксирующими в языке достижения науки и техники, политические и экономические трансформации, изменения социального характера, эволюцию межличностных отношений, актуальные тенденции и направления развития культуры – являются неологизмы. В настоящий момент английский язык испытывает неологический бум. Ежегодно в английском языке появляется около 800 новых слов, что очень редко встречается в других языках.

Количество неологизмов на лексическом уровне не поддается определенному подсчету. Признаками вхождения новых слов в язык следует считать их способность воссоздания вне первоначального контекста, участие в семантических и словообразовательных процессах [1, с. 54].

Особенно много неологизмов появляется в медиадискурсе. Обращение к изучению неологизмов в рамках газетного текста не случайно. Газета является сферой, наиболее быстро реагирующей на появление новых объектов, явлений окружающей действительности, и, вследствие этого, газетная сфера, как таковая, создает благоприятные предпосылки для возникновения новых слов. Вместе с тем язык и стиль газеты имеют свои отличительные характеристики, позволяющие противопоставить ее другим языковым сферам. Соответственно условия употребления неологизмов в газетном тексте имеют свою определенную специфику [2, с. 15].

Развитие научно-технического прогресса и научные достижения в различных областях человеческих знаний не могли не наложить своего отпечатка на лексическую картину публицистического стиля. Именно поэтому в газетных текстах довольно обширную группу новообразований составляют собственно неологизмы, где новизна формы сочетается с новизной содержания. В анализируемых нами текстах наблюдается присутствие значительного количества примеров собственно неологизмов в виде заимствований. Подобного рода неологизмы обладают высокой степенью кон-

нотации новизны и могут быть отнесены к так называемым «сильным неологизмам». Например:

In a document they described as a covenant, the participants pledged to remain «part of Syria's peaceful uprising for freedom and democracy and pluralism to establish a democratic state through peaceful means.

Само слово «плюрализм» пришло в английский язык из латинского (лат. *pluralis* ‘множественный’) и изначально означало наличие множества сущностей, не имеющих между собой внутренней связи. В современной социологии данное понятие трактуется как признак высшей формы демократии, при которой политическая власть осуществляется противоборствующими и уравновешивающими друг друга политическими партиями, а также организациями – профсоюзными, крестьянскими, церковными, ассоциациями предпринимателей. Как видно из примера, данный неологизм возник в английском языке, полностью сохранив не только свою форму, но и содержание [3, с. 57].

Интересным случаем заимствования из русского в английский язык является слово *khozraschot* (рус. ‘хозрасчет’). Если для передачи русских звуков [х], [ч], [з] применяются сравнительно устойчивые соответствия [kh], [ch], [z], то для передачи, йотированной гласной «ё» употребляется английская буква «о», что не совсем соответствует системе международной транскрипции, согласно которой русская «ё» передается английскими буквами «е» или «ую».

Приведем еще пример употребления собственно неологизма – словосочетания ‘*soap opera*’: *Some of the viewers who were eager to watch Westminister's soap opera may well have been alarmed, last week, by television detector-vans on the rampage* [4].

Данный собственно неологизм обозначает популярные телесериалы в стиле мелодрамы, которые в 80-е гг. XX столетия пришли на отечественное телевидение, и в русских газетных текстах появился неологизм «мыльная опера», представляющий собой калькированную единицу с английского языка ‘*soap opera*’. Интересно, что повышенный интерес зрителей к телепроектам такого плана в английском языке способствовал вступлению данного собственно неологизма в синонимический ряд, и для обозначения «мыльных опер» стала употребляться такая лексическая единица, как ‘*sudser*’, представляющая собой уже не собственно неологизм, а неологизм трансноминантного характера [5, с. 48].

Новообразования трансноминантного характера представляют собой новые лексические единицы, появляющиеся в языке с целью дать новое, более эмоциональное имя предмету, уже имеющему нейтральное наименование. Для английских неологизмов такого типа характерно активное использование модели словосложения. Например: *And a group of women psy-*

chologists thanked the board for using the word «chairperson» rather than «chairman» but argued that too much sexual discrimination still exists within the Association [4].

В английском языке данный трансноминант обозначает человека, председательствующего или руководящего каким-либо совещанием, конференцией или деловой встречей. В академической среде данное слово является нейтральным обозначением для номинации «заведующий кафедрой» или «декан». Следует отметить, что движение женщин за свои права способствовало не только появлению новых единиц в определенном секторе лексической карты, но и модификации в других секторах. Так, в 70-е гг. XX в. под влиянием феминистского движения английский язык был объявлен сексистским языком, т. е. языком, дискриминирующим женский пол, т. к. в нем содержится больше форм мужского рода, чем женского, что во многом объясняется широким использованием слова *«man»* в качестве второго компонента в названии профессий [5, с. 184].

В английском языке можно встретить новую лексику трансноминантного характера, созданную на основе игры слов: *airhead; baby-boomer; goggle-box, all-nighter*. Например: *Not sure what to wear as we were part of the hippie generation and are now the baby-boomers.*

Новообразование '*baby-boomer*' представляет собой сложнопроизводную единицу, состоящую из двух слов *baby* (ребенок) и *boomer*, имеющее два значения: 1) самец кенгуру; 2) человек, рекламирующий что-либо или создающий шумиху вокруг чего-либо с продуктивным словообразовательным суффиксом *e* и служит для обозначения ребенка, родившегося во время послевоенного демографического взрыва [1, с. 78].

К третьему типу неологизмов, широко используемых в английских газетных текстах, относятся семантические инновации. Под семантическими инновациями понимают новые значения уже существующих слов. При этом переосмысление может иметь следующие варианты: 1) старые слова полностью меняют свое значение, утрачивая ранее существовавшее; 2) в семантической структуре слова появляется еще один лексико-семантический вариант при сохранении всех традиционных. Как показывает выборка примеров, в языке газеты последних десятилетий преобладают единицы второго типа.

В англоязычной прессе чаще семантические новообразования представляют собой простые имена существительные, такие как *house, dog*. Иногда встречаются случаи семантического переосмысления на уровне сложного слова или словосочетания: *blue-ribbon*.

Таким образом, развитие языка обусловлено в значительной степени развитием его словообразовательной системы, становлением новых словообразовательных моделей слов, изменением существующих,

увеличением или уменьшением их продуктивности и мн. др. факторами словообразовательного процесса.

Создание новых слов осуществляется, прежде всего, как отражение в языке потребностей общества в выражении новых понятий, постоянно возникающих в результате развития науки, техники, культуры, общественных отношений и т. д. Установление тенденций развития словообразовательных процессов в языке, совершенствование теории и практики лексикографии и пр. – всегда были важнейшими проблемами лексикологии.

Огромный приток новых слов и необходимость их описания обусловили создание особой отрасли лексикологии – неологии – науки о неологизмах. Особенno много неологизмов появляется в научно-техническом языке в результате бурного прогресса науки и техники.

Появление у слова нового лексико-семантического варианта в прагматическом аспекте вариативности рассматривается как результат варьирования в его употреблении в различных ситуациях общения в зависимости от социального, территориального, национального, возрастного, профессионального и пр. статусов участников коммуникации. Одна и та же лексика по-разному реализуется в однотипных ситуациях представителями различных слоев носителей языка. В результате употребления слова в нетипичной для него ситуации (контексте) носителям иного социолекта (языка определенной социо-профессиональной группы) оно приобретает новый оттенок значения, который затем оформляется в отдельный лексико-семантический вариант слова.

С другой стороны, любая семантическая новизна рождает прагматическую новизну. Появившийся новый лексико-семантический вариант слова расширяет прагматику всей лексемы, т. к. расширяется спектр ситуаций и контекстов ее употребления, и, следовательно, ограничений на ее употребление.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Фуко, М. Слова и вещи: Археология гуманитарных наук / М. Фуко. – М. : ПРОГРЕСС, 1977. – 404 с.
2. Заботкина, В. И. Новая лексика современного английского языка : учеб. пособие для филол. ф-тов ун-тов / В. И. Заботкина. – М. : Высш. шк., 1989. – 126 с.
3. Нещименко, Г. П. Динамика речевого стандарта современной публичной вербальной коммуникации: проблемы. Тенденции развития / Г. П. Нещименко // Вопросы языкознания. – 2001. – № 1. – С. 98–132.
4. Латышев, Л. К. Перевод: теория, практика и методика преподавания : учеб. пособие / Л. К. Латышев, А. Л. Семенов. – М. : Академия, 2003. – 192 с.
5. Алексеева, И. С. Введение в переводоведение : учеб. пособие / И. С. Алексеева. – 3-е изд., испр. и доп. – М. : Академия, 2008. – 368 с.

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ СОВРЕМЕННОГО ЛИТЕРАТУРОВЕДЕНИЯ

И. Н. БАХУР

Беларусь, Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

ОБРЕТЕНИЕ БАЛАНСА В ПОИСКЕ ИДЕНТИЧНОСТИ ГЕРОИНЕЙ РОМАНА Д. ЛАХИРИ «ТЕЗКА»

Одним из ключевых женских образов романа «Тезка» американской писательницы бенгальского происхождения Д. Лахири является жена и мать семьи Гангули Ашима. Это первый персонаж, с которым знакомится читатель в самом начале повествования. Она – вынужденная иммигрантка, поскольку в Америку ей приходится ехать за своим мужем Ашоком Гангули. Иммиграция – не ее осознанный выбор. Замужество вырывает ее из привычной среды, лишая обычного окружения и общения, ближнего круга ее семьи. Попадая в другую, совершенно чуждую ей страну, Ашима оказывается в «изоляции». Единственным каналом связи с внешним миром для нее является муж, поскольку у Ашимы нет ни родственников, ни знакомых в США. Но и новый статус жены не облегчает ситуацию, поскольку ее замужество – это брак по договоренности родителей, а это значит, что даже ее муж – поначалу совершенно незнакомый для нее человек, которого ей тоже придется узнавать. Надо отметить еще и тот факт, что Ашима не является финансово независимой, у нее нет работы в США. Новый незнакомый мужчина, чужая страна, отсутствие финансовой независимости, поддержки со стороны родных, лишение привычной среды и окружения родственников и знакомых, обширных семейных связей – вот те преграды, с которыми вынуждена столкнуться героиня романа в своей новой американской жизни.

Аshima – не первая героиня в произведениях Д. Лахири, которая стоит перед таким сложным испытанием. Некоторые героини писательницы идут по пути непринятия. Они отказываются или не могут в силу разных обстоятельств ассимилироваться в американскую действительность, что приводит их к практически полной изоляции в американском обществе, они терпят поражение на этом сложном и неоднозначном пути. Ряд героинь полностью принимает американский образ жизни и, тем самым, отказывается от своей исконной родины, теряя ту часть своего «я», которая связывает их с Индией и ее образом жизни.

Аshima – тот тип героини, которая пытается на протяжении всего романа найти баланс между двумя половинами своей идентичности. Сразу после замужества в силу своей практически полной изоляции она пытается вести тот образ жизни, который ей знаком и привычен с детства. Она готова

вит индийскую еду, соблюдает индийские традиции: не называет своего мужа по имени, как положено на родине, отправляет бабушке в Индию письмо, чтобы та определила имя для их новорожденного ребенка, поет своему сынуベンгальские колыбельные, устраивает рисовую церемонию после его рождения, как положено на исконной родине.

Но со временем семья Гангули вливается в американскую среду, адаптируется к новому образу жизни. Они обзаводятся автомобилем, неотъемлемым атрибутом американской жизни, который делает их довольно независимыми и мобильными, как большинство американцев. Они покупают дом и расширяют круг своих знакомых, но в большинстве это люди – представителиベンгальской диаспоры. Их дети идут в американскую школу. Но знаковым событием, которое позволяет Ашиме принять США, является эпизод, когда она, готовясь к поездке на родину, идет по магазинам и на все деньги покупает подарки своим индийским родным и знакомым. По дороге домой она засыпает в вагоне поезда, и когда она открывает глаза, то видит, что поезд стоит на ее станции и двери как раз открываются. В спешке она покидает поезд и забывает пакеты с подарками под сиденьем. Эта ситуация очень удручет молодую женщину, поскольку она финансово не может позволить себе еще один поход по магазинам. «Вечером, узнав о случившемся, Ашок звонит в отдел находок метро, и на следующий день им на дом привозят все пакеты – из них ничего не пропало, все цело, до последней ложечки! Это маленькое чудо необыкновенным образом связывает Ашиму с Кембриджем, в первый раз она понимает, что этот город стал ей родным, что и она признает правила его жизни» [1]. Со временем, когда дети подрастают, Ашима находит работу в библиотеке и обретает финансовую независимость.

Вместе с тем, работа в библиотеке расширяет круг ее американских знакомых. Проведя 10 лет в США, семья Гангули достаточно сильно «американизировалась». Они сменили свои пищевые привычки. На заднем дворике своего дома они готовят барбекю вместо курицы тандури, празднуют американские праздники Рождество и Пасху, в магазине они уже не покупают индийскую еду. Кажется, что Ашима полностью приняла «американскую» сторону своей идентичности. Но эпизоды романа, которые повествуют о поездках семьи Гангули в Индию говорят о том, что этот процесс еще очень далек от завершения. Чем больше Ашок и Ашима погружаются в американскую действительность, тем дальше отдаляется от них мир, в котором они жили раньше. Приезжая в Калькутту, они чувствуют себя там чужими. Проведя 6–7 недель в Индии, они возвращаются к индийскому образу жизни, но вернувшись обратно в США, Ашок и Ашима бродят по дому как потерянные, чувствуя себя одинокими в Америке. Становится понятным, что личности главных героев романа

находятся в самом эпицентре формирования смешанной «гибридной» идентичности.

И здесь будет уместным обратиться к концу романа, когда после взросления детей и смерти мужа Ашима остается одна в своем доме в США. Она снова, как и в начале романа, оказывается в одиночестве. Она прожила в этом доме 27 лет своей жизни, больше, чем где-то еще до этого, но в данном случае мы не можем говорить об изоляции, поскольку американский мир героини довольно насыщенный: она воспитала двух прекрасных детей, у нее есть ее работа и довольно обширный круг друзей и знакомых. Но, став свободной, Ашима получает возможность принять самостоятельное и независимое решение относительно своего будущего. Она продает дом в США и теперь шесть месяцев в году она будет проводить в Индии. «Это та модель жизни, о которой они мечтали с Ашоком. В Калькутте она будет жить у младшего брата Раны... Там у нее будет собственная комната. Весну и лето она будет проводить в Америке – жить у дочери, у сына, у близких друзей. Так и будет она скитаться, как перекати-поле, не привязанная ни к чему, свободная, как пушинка одуванчика. Она наконец-то выполнит предназначение, заложенное судьбой в ее имени: Ашима – бескрайняя, беспредельная, принадлежащая всем и никому» [1].

Таким образом, можно сделать вывод, что, несмотря на то, что перед героиней романа после замужества и вынужденной иммиграции в США встает целый ряд преград на пути к обретению собственного «я», поиска баланса между ее индийской сущностью и американской реальностью, автор романа демонстрирует, что Ашима смогла успешно уравновесить две стороны своей идентичности, она смогла сохранить индийскую составляющую своего «я» и принять американскую модель жизни. Ашиме удалось осуществить свое предназначение и обрести баланс двух половинок своей идентичности.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Лахири, Д. Тезка / Д. Лахири. – URL: http://bookscafe.net/author/lahiri_dzhumpa-48552.html (дата обращения: 22.01.2024).

Э. А. БЕЛОУСОВА

Беларусь, Полоцк, ПГУ имени Евфросинии Полоцкой

ЛЕГЕНДА О ТРИСТАНЕ И ИЗОЛЬДЕ В СТИХОТВОРЕНИИ ЮЛИУСА МОЗЕНА «КОРОЛЬ МАРК И ИЗОЛЬДА»

Легенда о Тристане и Изольде в мировой литературе известна с X в. После чего появляется множество обработок данного сюжета. Среди известных версий следует назвать «Роман о Тристане» Тома (между

1170 и 1190), «Роман о Тристане» Беруля (1191), «Тристан» Г. Страсбургского (ок. 1210). Спустя столетия интерес к легенде снова усиливается. В первой половине XIX в., благодаря увлечениям немецких романтиков, к теме любви Тристана и Изольды пробуждается новый интерес. Теме вечной трагической любви посвящают свои произведения Авг. фон Платен, Л. Шнееганс, Р. Вагнер и К. Иммерман. Кциальному сюжету обращается и немецкий поэт и драматург Юлиус Мозен (*Julius Mosen*, 1803–1867) в стихотворении «Король Марк и Изольда» (*König Mark und Isolde*, 1843).

В эпоху романтизма поэты и писатели часто заимствовали сюжеты Средневековья, нередко идеализируя его. Сам Ю. Мозен отмечал: «мы узнали о значении романтической школы, которая так велика благодаря своему погружению в Средневековье, где она заново открыла немецкую национальность, грезившую среди руин старых соборов и рыцарских замков» [1, S. 7] (здесь и далее перевод наш. – Э. Б.).

В интерпретации Юлиуса Мозена Изольда по прибытии ко двору короля Марка признается в своей любви к Тристану, возникшей в результате воздействия любовного зелья. Таким образом, она готова взять на себя весь груз ответственности, в ответ на это Марк наказывает ее, отстраняя от себя. Заключительная фраза, произнесенная Марком, звучит категорично: «Облеките ее в покаянные одежды, / Отрежьте ей локоны / И дайте в руки лампу, / Ведь в могиле темно!» [2]. Суть наказания остается не до конца ясна, однако несомненно одно: Изольда будет исключена из общества. Она покорно несет наказание, в то время как Тристану Марк не предъявляет никаких обвинений. Тема данного стихотворения сосредоточена на изображении трагедии любви и неизбежности страдания, обусловленного внешними обстоятельствами. В произведении акцентируется внимание на том, как любовь может одновременно быть источником радости и разрушения.

Главная героиня, Изольда, представляет собой архитипичный образ несчастной влюбленной, испытывающей глубокую тоску и внутренний конфликт. В данном стихотворении Изольда искренне сожалеет о том, что выпила зелье и не может быть счастлива с Марком. Тогда как в более ранних версиях легенды Изольда до того, как выпить любовный напиток, уже была влюблена в Тристана. У Мозена Изольда страдает: «Любовный напиток, что мать дала / Кормилице для счастья с тобой, / Я пролила золотое вино, / Я, несчастная невеста!» [2]. Изольда проклинает любовное зелье, говоря, что оно отравило ее: «Я, бедная, отравленная жена» [2]. Так образ Изольды в данном стихотворении воплощает архетип несчастной влюбленной, переживающей глубокую тоску и внутренний конфликт. Ее искреннее сожаление о выпитом зелье подчеркивает невозможность обрести счастье с Марком. Пролитие «золотого вина» служит метафорой утрачен-

ной любви и несбывшейся мечты. «Я пролила золотое вино, / Я несчастная невеста!» [2] – эти слова символизируют, что Изольда утратила возможность истинного счастья, которое она могла бы обрести с Марком.

В стихотворении происходит значительная трансформация образа короля Марка. Он предстает перед читателем как сильный правитель и муж, в отличие от своего типичного изображения как пассивного монарха. В начале произведения король демонстрирует гнев и уверенность, обращаясь к Изольде: «Ты колеблешься и все еще сомневаешься, / Не говорит ли сердце твое прямо: / Он все же мой король!» [2]. Согласно легенде, король Марк изгнал Тристана и Изольду со своего двора после того, как узнал об их любви. Однако в своей любви к жене он испытывал такую глубокую привязанность, что впоследствии пригласил их обратно и простил Изольду. В данном стихотворении король решительно лишает Изольду всего, что могло бы перейти в ее владение: «Из сердца вырываю тебя, / Отказывая тебе во всем: / Мой руке, моей постели и моем доме» [2]. Он наказывает Изольду за неспособность сохранить любовное зелье для него. В то время как в начале стихотворения Изольда, как королева, должна была получить «звездную мантию» [2] – символ власти и благородства, в конце ее ожидают «покаянные одежды» [2], символизирующие раскаяние. Кроме того, король Марк намерен лишить Изольду ее волос, что символизирует утрату ее силы и красоты. Читателю не известны все детали наказания, однако, по заявлению короля становится очевидным, что в конце Изольду ожидает смерть. Таким образом, в стихотворении образ короля Марка значительно трансформируется по сравнению с традиционной легендой. Он предстает мощной фигурой, обладающей решимостью и властью, что контрастирует с его обычным изображением как пассивного и безвольного правителя.

Стоит отметить, что в стихотворении изменяется роль Тристана. Он больше не является главным персонажем и активным участником событий. Тристан упоминается лишь раз, когда Изольда говорит о том, что они вместе выпили любовное зелье. В отличие от легенды, в данном произведении их любви не уделяется должного внимания, она практически не показана. Изольда акцентирует внимание на страданиях, вызванных действием зелья. Тристан, который в легенде часто воспринимается как центральная фигура романтической любви, становится здесь лишь символом несчастной судьбы Изольды. Страдание и боль становятся главными темами стихотворения, а не сама любовь.

Легенда о Тристане и Изольде претерпевает значительные изменения в рассматриваемом стихотворении, что акцентирует внимание на трагичности их любви и глубине эмоциональных переживаний героев. В отличие от традиционных версий легенды, где любовь Тристана и Изольды часто представляется как романтическая и возвышенная, в стихотворении

Ю. Мозена акцент смещается на страдания и безысходность. Стихотворение фокусируется на внутреннем конфликте Изольды, осознающей обреченность своих чувств к Тристану. В традиционной интерпретации легенды ее личность часто связывается с романтическим идеалом, тогда как в данном случае она становится жертвой обстоятельств и собственных чувств.

Стихотворение представляет собой пример позднего романтизма, в рамках которого жизнь героя зачастую оборачивается трагедией, и он нередко встречает свою гибель в борьбе с судьбой. Несмотря на то, что исход судьбы героини остается неопределенным, Юлиус Мозен завершает произведение на трагической ноте, используя слова короля Марка, он предвещает Изольде смерть.

Обращение к известному архетипическому сюжету о Тристане и Изольде, лежащему в сфере коллективного бессознательного, общей памяти человечества, позволило автору кратко представить целую историю в девяти строфах. Так, обращение к вечным образам, которые обладают содержательной емкостью и неисчерпаемостью смыслов, позволило Ю. Мозену по-новому проинтерпретировать легенду в новом культурном контексте.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Mahrholz, W. Julius Mosens Prosa. Ein Beitrag zur Literaturgeschichte der Romantik und des Jungen Deutschland / W. Mahrholz. – Fb&c Limited, 2017. – 492 S.
2. Mosen, J. König Mark und Isolde / J. Mosen. – URL: http://www.deutsche-liebeslyrik.de/mosen_julius.htm (Zugriffsdatum: 19.01.2025).

Д. А. БУЕВИЧ

Беларусь, Полоцк, ПГУ имени Евфросинии Полоцкой

РЕЦЕПЦИЯ ФИЛОСОФСКИХ И ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ИСКАНИЙ Ж.-П. САРТРА В ТВОРЧЕСТВЕ А. МЕРДОК

Жан-Поль Сартр, французский философ и писатель XX в., стал заметным представителем экзистенциализма, оказавшим влияние на философию и литературу. Сартр утверждал, что существование предшествует сущности, и каждый человек свободен и ответственен за свои поступки. Свобода, по мнению Сартра, заключается в том, что «мы можем выбирать и делать то, что считаем нужным, независимо от внешних обстоятельств, однако, эта свобода неразрывно связана с ответственностью – мы несем ответственность за последствия наших действий» [1, с. 89]. Сартр вводил понятие «ангажированности», утверждая, что каждый должен участвовать в жизни общества и нести ответственность за его состояние. Он также ак-

центрировал внимание на взаимодействии с другими, что порождает страх осуждения и конфликт между индивидуумом и коллективом.

Ключевым для Ж.-П. Сартра было понятие «другого». Он считал, что взаимодействие с другими людьми является неотъемлемой частью нашего существования. Однако вместе с этим приходит и страх перед другими, страх быть осужденным и неправильно оцененным: «возникает конфликт между индивидом и коллективом, между нашим желанием быть свободным и нашим желанием принадлежать к чему-то большему, чем мы сами» [1, с. 108].

В романе «Тошнота» он репрезентирует свои философские идеи через опыт персонажа Рокантена, который осознает свою оторванность от буржуазного мира. Уводя сознание персонажа от привычной сетки координат, от «коры вещей и событий», от всего стереотипного, Ж.-П. Сартр дает понять, что тошнота стирает грань между субъективным и объективным, внутренним и внешним. Мгновения тошноты, испытываемой Рокантеном, обостряют осознание им царящей в мире пустоты. «Это состояние как отчаяние – оно открывает личности абсурд бытия, тщету исторических, социальных, индивидуалистических «картин мира», – так и экзистенциальной свободы» [2, с. 11].

Итак, свобода, по Ж.-П. Сартру, оказывается не правом человека, не счастливым даром его, а роком, негероичным родом ответственности, выбором, не предполагающим участия. В романе это отказ от участия в обыденно-буржуазной жизни Бувиля. «Противопоставляя существование, сартровский герой приходит к пониманию, что экзистенция – единственный удел свободного человека. Противопоставить подобному приговору можно только добровольную смерть, но это кажется Рокантену «лишним» поступком, слишком очевидным действием» [2, с. 12].

Жан-Поль Сартр оказал значительное влияние на современную литературу, включая творчество британской писательницы Айрис Мердок.

В эссе «Сартр: Романтический Рационалист» А. Мердок рассматривает и анализирует творчество Ж.-П. Сартра. Основной тезис английской писательницы заключается в том, что «экзистенциализм – это философская категория, которая гармонично сочетает в себе рациональное мышление и романтическую интуицию»¹ (здесь и далее перевод с английского языка наш – Д. Б.). Она считает, что встречи с трудностями, противоречиями и неопределенностями жизни раскрывают перед нами преемственность чувств и разума. Таким образом, экзистенциализм помогает нам осознать, что наше существование не сводится лишь к ограниченным рамкам рационального мышления, но также включает в себя эмоциональную и духов-

¹ «...existentialism is a philosophical category that harmoniously combines rational thinking and romantic intuition» [3, p. 24].

ную составляющие. А. Мердок освещает не только общую концепцию экзистенциализма, но и исторические истоки этой философской школы. Она анализирует влияние Ж.-П. Сартра на развитие экзистенциализма и выделяет специфичные черты его философии, такие как акцент на индивидуальности, свободе и выборе. При этом А. Мердок не идет по пути критики и осуждения, а стремится по достоинству оценить и проникнуть в суть экзистенциализма.

Примечательно, что А. Мердок подчеркивает романтическую природу экзистенциализма, утверждая, что эта «философская школа находит свое вдохновение в глубоких источниках эмоций и чувств»¹. Несмотря на свою рациональность, экзистенциализм говорит о «восприятии жизни через призму страстей и иррациональных переживаний»². А. Мёрдок при этом подчеркивает, что романтизация экзистенциализма связана с его способностью проникать в самую суть человеческого существования, его душевной глубины.

В эссе «Экзистенциалисты и мистики» А. Мердок также обращается к вопросу экзистенциализма, отмечает роль искусства и мистики в связи с данным философским направлением. Она подчеркивает, что «посредством искусства и мистики человек может найти путь к осознанию своего собственного существования и раскрыть истину о самом себе и о мире, в котором мы живем»³. Искусство и мистика, по ее мнению, являются путеводителями в этой жизненной путанице, позволяя нам обрести гармонию с собой и окружающими. Комбинируя элементы философии и мистики, английская писательница стремится найти баланс между нравственной ответственностью и индивидуальностью. Она утверждает, что «экзистенциализм предлагает человеку возможность осознать свою свободу и выбрать смысл своей жизни, но в то же время требует от него принятия ответственности за свои поступки»⁴.

Так, основная идея философских эссе А. Мердок об экзистенциализме заключается в том, что каждый индивидуум самостоятельно создает свое собственное существование, а также определяет свою собственную значимость и цель жизни. По ее мнению, экзистенциализм подразумевает осознание своей свободы и ответственности за свои действия и выборы.

В романе «Колокол» английская писательница представляет главного героя, который сталкивается с выбором, как существовать в мире, где ничего не имеет абсолютной ценности. «Он сталкивается с отсутствием предопределения своей судьбы и вынужден принимать решения на основе сво-

¹ «...philosophical school finds its inspiration in deep sources of emotions and feelings» [3, p. 58].

² «...perception of life through the prism of passions and irrational experiences» [3, p. 91].

³ «Through art and mysticism, man can find a path to awareness of his own existence and discover the truth about himself and the world in which we live» [4, p. 103].

⁴ «Existentialism offers a person the opportunity to realize his freedom and choose the meaning of his life, but at the same time requires him to accept responsibility for his actions» [4, p. 106].

их собственных ценностей и моральных принципов. Это выражение экзистенциальной свободы, которую Сартр считал неотъемлемым качеством человека» [5, с. 21].

Также как и Ж.-П. Сартр, А. Мердок обращается к теме сущности и ничто. Ее герои, например, Чарльз Эрроуби в романе «Море, море», часто сомневаются в достоверности своего существования и пытаются найти смысл своей жизни. Этот поиск и нетривиальные вопросы, заданные А. Мердок, напоминают о философии Сартра. Оба писателя делают акцент на слово «существование» в человеческой жизни и важности выбора и ответственности перед ним.

Мы можем найти некоторые сходства и различия между романами Ж.-П. Сартра «Тошнота» и А. Мердок «Под сетью». Эти два романа имеют общую фабулу и структуру повествования, экзистенциалистскую проблематику абсурдности жизни и иллюзорности любви. Также в духе экзистенциализма герои двух романов находятся в духовных исканиях. Можно согласиться с мнением Е. Осипенко, что «страх, ощущение абсурдности своего существования, сосредоточенность на поиске того, что может оправдать человеческое существование, – то, что присуще персонажам как Ж.-П. Сартра, так и А. Мердок» [6, с. 8]. Что касается различий, то «А. Мердок не разделяет отношение этого философа к реальности, к человеку, она говорит о том, что Ж.-П. Сартра раздражает само содержание человеческой жизни, что фатально для истинного романтика» [6, с. 8]. Французский философ преобразовывает декартово «Мыслю, следовательно, существую» в «Сознаю, следовательно, существую», описывая проникновение Рокантена в суть сознания предметов. «А. Мердок интерпретирует экзистенцию, оперируя понятиями “слова”, “молчание”, “разговор”» [5, с. 8]. Английская писательница изображает связь мыслей с миром чувств и показывает неискренность и ложность слов. Таким образом, в романе А. Мердок «Под сетью» используются категории экзистенциализма, но со своеобразными изменениями. Несмотря на заявление английской писательницы об отказе следовать теории Ж.-П. Сартра, увлечение идеями этого французского философа отразилось на художественных произведениях А. Мердок.

Ж.-П. Сартр обратился к философии экзистенциализма, основанной на свободе и ответственности, утверждая, что человек существует прежде, чем определяет смысл своей жизни. А. Мердок оказалась вдохновлена работами Ж. П. Сартра, чьи идеи экзистенциализма стали центральной темой ее философских эссе «Сартр: Романтический рационалист», «Экзистенциалисты и мистики» и романов «Под сетью», «Черный принц», «Колокол», «Море, море». А. Мердок исследует основные принципы и понятия экзистенциализма, включая рациональное мышление, романтическую интуи-

цию, индивидуальность, свободу и выбор. В эссе «Сартр: Романтический рационалист» она обратила внимание на романтическую природу экзистенциализма и его способность проникать в глубины эмоций и чувств. В своей работе «Экзистенциалисты и мистики» А. Мердок утверждает, что экзистенциализм помогает нам осознать наше существование и ответственность за свои поступки, а также находить гармонию через искусство и мистику. Также мы можем обратить внимание на сходства и различия между работами А. Мердок и творчеством Ж.-П. Сартра, которое английская писательница переосмыслила.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бурханов, А. Р. Экзистенциалы человеческого бытия как модусы западной постнеклассической философии: от фундаментальной онтологии к экзистенциальной антропологии : дис. ... канд. филос. наук : 09.00.13 / Бурханов Александр Рафаэлевич ; Урал. гос. ун-т путей сообщения. – Екатеринбург, 2014. – 140 л.
2. Кирвель, Ч. С. Проблема человека и его свободы в экзистенциализме / Ч. С. Кирвель // История философии / под ред. Ч. С. Кирвеля. – 2-е изд., испр. – Минск : Новое знание, 2001. – С. 446–470.
3. Murdoch, I. Sartre: romantic rationalist / I. Murdoch. – London : Penguin Classics, 1989. – 119 p.
4. Murdoch, I. Existentialists and Mystics / I. Murdoch. – London : Penguin Classics, 1998. – 582 p.
5. Никифорова, А. Н. Поэтика романов Айрис Мёрдок 1950-х годов : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.01.03 / Никифорова Анна Николаевна ; Башкир. гос. ун-т. – Уфа, 2007. – 24 с.
6. Осипенко, Е. А. Принципы игровой поэтики в романах Айрис Мёрдок 50–80-х годов : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.01.03 / Осипенко Елена Анатольевна ; Рос. гос. пед. ун-т им. А. И. Герцена. – СПб., 2004. – 20 с.

И. С. ГВОЗДИК

Беларусь, Минск, БНТУ

ЖЕНСКАЯ СУБЪЕКТИВНОСТЬ И СОЦИАЛЬНЫЕ ОГРАНИЧЕНИЯ: АНАЛИЗ РОМАНА ЭНН БРОНТЕ «НЕЗНАКОМКА ИЗ УАЙЛДФЕЛЛ-ХОЛЛА» В КОНТЕКСТЕ XIX И XXI ВВ.

Викторианская эпоха во многих отношениях была эпохой прогресса, но это была также эпоха сомнений, где такие темы, как секс, были табуированы. Это был удивительно пуританский век, эпоха общепринятой морали и больших семей, где девушки воспитывались в строгих патриархальных традициях, где муж считался единственным полновластным хозяином в семье.

Строгая мораль и святость семейной жизни во многом были обязаны примеру королевы Виктории, чье косвенное влияние на литературу и общественную жизнь было значительным. Именно в этот период был опубликован роман Энн Бронте «Незнакомка из Уайлдфелл-Холла» (1848), который произвел сенсацию, т. к. в европейской литературе впервые с такой откровенностью и противоречиями поднимался вопрос о том, должна ли женщина, ставшая женой домашнего тирана, смириться со своей судьбой ради сохранения семьи и во имя детей. Этот вопрос остается актуальным для многих женщин по всему миру и по сей день.

«Незнакомка из Уайлдфелл-Холла» – это семейно-психологический роман. На его страницах разворачиваются дискуссии о различных аспектах семейной жизни, включая отношения между супругами, родителями и детьми, а также об ответственности, которую мужья и жены несут перед друг другом и своими детьми. Эти вопросы были актуальны во времена Энн Бронте и остаются значимыми и сегодня.

В описании жизни провинциального дворянства, образа жизни землевладельцев и их привычек во многом отражаются как личный опыт Энн Бронте, так и литературно-исторические реалии эпохи XVIII – нач. XIX вв.

В своем романе Энн Бронте использует элементы жанра письма и дневника, что позволяет ей значительно углубить психологическую составляющую повествования. Так, дневник Хелен превращается в проповедь, сосредоточенную на вопросе о том, возможно ли жить в мире, полном соблазнов, оставаясь верным моральным принципам, а героиня выступает в роли женщины-проповедника, которая, осознав свои прежние ошибки, стремится поделиться своим жизненным опытом, становясь символом своего времени. Вся жизнь главной героини, Хелен Хантингдон, проходит перед читателем во всех фазах: от первого знакомства и робкого признания в любви до счастья молодых супругов, неудачного сватовства, ревности и измены, радости материнства, а также горя и отчаяния матери за своего ребенка.

Несчастья Хелен связаны с разрушительной страстью мужа к алкоголю. Этот порок оказывается сильнее его. Хелен прилагает все свои силы, любовь и терпение, чтобы помочь Артуру и спасти его от зависимости. Однако эти усилия не приносят результата, и в какой-то момент Хелен осознает, что нужно спасать не мужа, а их маленького сына, изолировав его от пагубного влияния отца и компании его друзей. Она понимает, что ребенку угрожает опасность – в компании отца его учат пить. В итоге Хелен принимает окончательное решение – покинуть дом и мужа.

Роман «Незнакомка из Уайлдфелл-Холла» ярко иллюстрирует, как социальные ожидания и традиционные роли женщины могут подавлять ее желания и влечения. Хелен, несмотря на свои страдания, проявляет силу духа, пытаясь найти свой путь в мире, где ее голос часто игнорируется.

Она решает бороться за свое счастье. Несмотря на нормы морали XIX в., Хелен сбегает с ребенком от мужа, ведь если бы она официально заявила о своем уходе, сын остался бы с отцом.

Радость и горе в нашей жизни всегда идут рука об руку, и мы хорошо понимаем, как человек утрачивает свободу, отдавшись страсти. Когда страсть затмевает разум, человек начинает жить по законам греха и причиняет страдания другим. Но что такое человеческое страдание? Это не только физическая боль, но и глубокая душевная мука. В этом контексте роман поднимает важные вопросы о женской независимости и праве на самовыражение, что делает его актуальным и в современном обществе.

Роман «Незнакомка из Уайлдфелл-Холла» не просто история о любви и разочаровании; это глубокий анализ социальных норм и их воздействия на личную судьбу женщины. Роман и сегодня продолжает резонировать с читателями. Тема ухода из семьи из-за мужа-тирана остается крайне актуальной и в современном мире. Многие женщины по-прежнему сталкиваются с насилием и подавлением в рамках отношений, и их борьба за свободу и счастье продолжает вызывать широкий общественный резонанс.

Как противостоять тотальной идеологии разврата? Как предотвратить полное разрушение семьи? Защита семьи и ребенка имеет огромное значение, ведь в некоторых семьях ребенку может угрожать опасность. Семья – это школа любви, благочестия и человеческого счастья; если она разрушается, уходит и любовь. В прошлом мужчины придерживались джентльменского поведения, а сегодня, когда плотская страсть, подобно внутренней бомбе, разрушает множество человеческих жизней, физически не убивая, но духовно искажая людей и изменяя облик цивилизации, переводя общение на язык инстинктов, моральные ценности и традиционные отношения становятся все более уязвимыми, что требует от людей переосмыслиния основ любви, привязанности и семейных ценностей. Хотелось бы, чтобы молодые люди сохранили способность любить, быть любимыми, создавать семьи и воспитывать детей.

Роман поднимает важные вопросы о том, как женщины могут находить силы для изменения своей судьбы, даже когда их окружение и социальные нормы ставят перед ними непреодолимые преграды. Эта история вдохновляет на осознание необходимости защиты прав женщин и создания безопасной среды для их самовыражения, что делает роман «Незнакомка из Уайлдфелл-Холла» значимым произведением для всех поколений.

Иногда нам трудно понять людей, особенно в молодом возрасте. Когда молодые люди стремятся создать семью, им бывает сложно разобраться в своем партнере. Нередко случается так, что они приобретают вредные привычки, предаются распутству и изменам, что, в свою очередь, разрушает семьи. Чтобы молодое поколение вновь научилось ценить и любить ис-

торию своей страны, интересоваться семьей и традициями, необходимо объединить усилия государственных и общественных институтов. Это серьезная задача для всей страны – необходимость формирования ценностных ориентиров у молодежи.

Понимание и поддержка традиционных семейных ценностей, интерес к истории своей страны и активное вовлечение в общественную жизнь помогут молодым людям избежать ошибок, связанных с поверхностными отношениями и разрушительными привычками. Литература, отражающая женскую субъективность, может сыграть важную роль в этом процессе, вдохновляя новое поколение на осознание важности глубоких связей и самовыражения.

Анализ произведения «Незнакомка из Уайлдфелл-Холла» демонстрирует, как концепция женской субъективности пересекается с социальными ограничениями в разные исторические эпохи. Роман Энн Бронте служит ярким примером борьбы женщин за право на самовыражение и независимость в условиях жестких патриархальных норм XIX в.

Современное восприятие произведения открывает новые грани, позволяя увидеть, что вопросы, поднятые Энн Бронте, остаются актуальными и в XXI в. Несмотря на значительные изменения в социальном устройстве, многие женщины по-прежнему сталкиваются с ограничениями в семейной жизни, которые препятствуют их полной реализации.

Роман «Незнакомка из Уайлдфелл-Холла» не только отражает исторический контекст своего времени, но и продолжает вдохновлять на критическое осмысление вопросов гендерного равенства, личной свободы и сохранения семьи. Литература, как и ранее, остается важным инструментом для понимания и преодоления социальных барьеров, способствуя формированию более справедливого общества.

С. Н. ДЯГЕЛЬ

Беларусь, Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

ОНОМАСТИЧЕСКИЕ РЕАЛИИ В РОМАНЕ М. ЭНДЕ «ИСТОРИЯ, КОНЦА КОТОРОЙ НЕТ»: ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Феномен имени собственного на протяжении десятилетий остается в центре внимания исследователей. В последние годы в связи с осознанием тесной взаимосвязи языка и культуры возрос интерес к культурологической составляющей языковых феноменов и стало очевидно, что ряд проблем имени собственного, в частности лингвокультурологический аспект,

остается недостаточно изученным. То, что ономастический материал обладает огромным культуроведческим потенциалом, бесспорно. Однако методология извлечения культурно-исторической информации из ономастикона, а также методология описания и интерпретации этой информации находятся пока в стадии разработки.

Уточним лингвокультурологический статус ономастической лексики. С точки зрения лингвокультурологии онимы – это специфические реалии, относящиеся к фоновой «безэквивалентной» лексике. Ономастические реалии представляют собой «особую знаковую подсистему, динамично реализующуюся в различных лингвоэстетических и лингвостилистических подсистемах. Основным параметром этой подсистемы является большая (по сравнению с нарицательной лексикой) зависимость от социокультурных обстоятельств. Ономастика соотносится с системой культурно маркированных ценностей и представлений, усваиваемых в процессе приобщения к соответствующей лингвокультуре» [1]. Ономастические реалии, таким образом, являются единицами, которые одновременно принадлежат языковой и культурной системам, т. е. лингвокультурерами [2].

Восприятие и понимание ономастических реалий инофонами сопряжено с трудностями и требует привлечения обширных экстралингвистических сведений (историко-этимологических, мифологических и т. п.). Встречая оним в художественном тексте, иноязычный реципиент воспринимает его чаще всего исключительно в номинативной функции. Способность осознавать культурную коннотацию онима во многом зависит от культурной осведомленности реципиента. Чтобы понять, какие механизмы лежат в основе кодирования в ономе культурологической информации, необходимо изучение ономастики с позиции лингвокультурологического анализа. Применительно к художественному тексту плодотворными представляются такие типы лингвокультурологического анализа, как интерпретационный анализ, предполагающий учет как содержательно-смыслового пространства текста, так и широкого лингвокультурологического контекста, а также концептуальный анализ, который выявляет концепты, описывает их языковую презентацию. Такой подход позволяет осмыслить имя собственное как лингвокультурный артефакт, языковую единицу, интегрирующую в себе и денотат, и концепт.

Роман М. Энде «История, конца которой нет» – это произведение, которое является шедевром немецкой детской литературы. Опубликованный в 1979 г., роман быстро завоевал популярность у читателей всего мира. История мальчика по имени Бastiан, который тяжело переживает подростковый возраст, но однажды находит удивительную книгу, повествующую о волшебной стране Фантазии и сам попадает в нее, стала одной из самых любимых сказок в мире.

«История, конца которой нет» называют «ономастическим романом», поскольку в нем огромное множество (больше сотни) имен собственных, номинирующих персонажи, места и артефакты. Рассмотрим те примеры из обширной ономастической системы романа, которые представляют лингвокультурологический интерес.

В. А. Ражина утверждает, что в структуре ономастических реалий в художественном тексте следует разграничивать базовые и вторичные смысловые зоны. Для топонима базовым является представление об окружающем ландшафте, для антропонима – о человеке. Над базовыми смыслами надстраивается вторичная содержательная информация, связанная с культурными процессами или авторскими интенциями. Именно эта вторичная информация вызывает определенные ассоциации, основанные на некоторых признаках обозначаемого объекта [1]. В первую очередь это относится к прецедентным онимам. Прецедентные (аллюзивные, реминисцентные) онимы – языковые единицы, используемые автором в тексте с целью экспрессивного обозначения определенных персон либо для создания дополнительных коннотаций с помощью аллюзивного использования имен собственных с общеизвестной энциклопедической информацией, имен, связанных с историей, литературой, культурой, мифологией.

Так, название вымышленной страны, в которой происходит основное действие романа *Phantasien* [3], сочетает в себе слова *Phantasie* и *Asien*. Зашифрованное в имени страны название *Asien* указывает на сему «восточная страна». Топоним приобретает двойную символическую функцию: с одной стороны, он отражает основную тему романа о созидающей силе фантазии, с другой стороны, создает ассоциацию с Востоком и восточной культурой, поклонником которой был М. Энде. Эта ассоциация подкрепляется тем, что один из ключевых персонажей романа дракон Фалькор (*Fuchur*) – это не дракон-ящер из европейской мифологической традиции, а воздушный змей, напоминающий о китайской мифологии.

Правительница Фантазии живет в месте под названием *Elfenbeinturm* [3]. И здесь мы видим, как над базовым смыслом надстраиваются дополнительные культурные коннотации. Место, где проживает Девочка-Королева, с одной стороны, действительно башня из слоновой кости. Но в случае с данной ономастической реалией мы имеем дело также с литературной аллюзией: французский критик и поэт Сент-Бев использовал эту метафору как символ отрыва от реальности литераторов своего времени и их недоступности для простых людей. Так топоним в романе приобретает смысловые приращения, становится культурно значимым, а именно выступает как символ элитарности, отчужденности и возвышенности Девочки-Королевы, а также подчеркивает ее роль как источника власти в мире Фантазии.

Ряд прецедентных онимов отсылает к греческой мифологии и литературе. Имя стража Города Императоров обезьяны Аргакса (*Argax*) [3] намекает на «Одиссею» Гомера. В «Одиссее» Аргус был верным псом, который ждал своего хозяина царя Одиссея в течение многих лет, пока тот отсутствовал. Имя друга Бестиана в волшебной стране Атрейо (*Atréju*) [3] – аллюзия на персонажа древнегреческой мифологии царя Атрея. В произведении Атрейо принимает на себя ответственность за спасение мира Фантазии, что делает его архетипическим героем, чья судьба переплетается с судьбой всего мира. Имя лекаря-кентавра Цайрона (*Cáiron*) [3] отсылает к кентавру Хирону из греческой мифологии. Гайя, Принцесса Тьмы (*Gaya, die Finstere Fürstin*) [3] – это отсылка к богине Земли Гее, матери всех богов древнегреческого пантеона. Принцесса Гайя из романа Энде является такой же величественной и могущественной сущностью. Интересно, что М. Энде использует интернационально известные онимы не буквально, а образует словообразовательные дериваты прецедентных имен: например, имя кентавра *Cáiron* – от *Chiron*, имя обезьяны-стража *Argax* – от *Argus*, что соответствует игровой поэтике сказочного жанра.

Мы привели лишь некоторые примеры из большого количества культурно значимых ономастических реалий в тексте автора. Использование таких реалий способствует усилинию изобразительности и выразительности текста. Задействуя культурно-исторические ассоциации читателя, М. Энде дополняет их своими авторскими интенциями, так что возникает уникальный, но хорошо узнаваемый образ объекта или персонажа реального мира. Поэтому изучение культурологических приращений в ономастической лексике, способных вызывать ассоциативные реакции, является предпосылкой понимания и интерпретации художественных текстов на иностранном языке.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Ражина, В. А. Ономастические реалии: лингвокультурологический и прагматический аспекты : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19 / Ражина Виктория Александровна ; Ростов. гос. пед. ун-т. – Ростов н/Д, 2007. – 156 л.
2. Маслова, В. А. Лингвокультурология : учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / В. А. Маслова. – М. : Академия, 2001. – 208 с.
3. Ende, M. Die unendliche Geschichte / M. Ende. – Stuttgart : K. Thienemanns Verlag, 1979. – 428 S.

Н. Ф. ЗИГАНШИНА¹, Д. А. МУРТАЗИНА²

¹Россия, Казань, КИУ имени В. Г. Тимирясова

²Россия, Нижнекамск, НХТИ КНИТУ

ПЕРЕОСМЫСЛЕНИЕ МИФА О ГРЕХОПАДЕНИИ В «ЗАМЕТКАХ» ЭЛИАСА КАНЕТТИ

Элиас Канетти, чьи годы жизни практически совпадают с временным отрезком XX в. (1905–1994), во многих смыслах занимал «пограничное» положение. Его литературные произведения относятся к разным жанрам: стихотворение, роман, драмы, дневники, эссе, заметки, философско-социологическое исследование. На протяжении своей жизни он жил в разных странах: родился на территории современной Болгарии, духовной родиной писателя стала Австрия, годы эмиграции прошли в Англии, последние десятилетия – в Швейцарии. В историю мировой литературы он вошел как австрийский писатель, но на вопрос о его национальной идентификации нельзя ответить однозначно. Э. Канетти родился в семье сефардов, в детстве соблюдал еврейские духовные практики, в возрасте шести лет овладел немецким языком и в дальнейшем все произведения писал только на нем.

Книги «Заметок», первая из которых была опубликована в 1973 г. («Провинция человека. Заметки 1942–1972»), а последние после смерти писателя («Дополнения из Хампстеда. Из заметок 1954–1971»), изначально были «побочным продуктом» писателя во время работы над книгой «Масса и власть», но сейчас признаются канеттиведами центральным произведением творчества писателя. Тема веры, богов, мифов, религии, смерти составляет совокупность постоянных мотивов писателя. Элиас Канетти не был религиозным человеком, но он был страстным собирателем и хранителем мифов. Канетти признавался, что охотнее всего он читает мифы, и, что триста томов мифов составляют важнейшую часть его библиотеки [1, с. 167]. Следует отметить, что под мифами Э. Канетти понимал и эпос о Гильгамеше, и легенды Древней Греции, и исторические путевые заметки.

Изучению влияния мифов на «Заметки» Э. Канетти посвящены исследования зарубежных ученых С. Випрехт-Рот, К. Цепп, Г. Нойманна, С. Энгельманн, П. Ангеловой.

Переосмысление ветхозаветного мифа о грехопадении человека и изгнании из рая становится одним из центральных мотивов «Заметок». Тема противостояния смерти является центральной для Канетти, в 1930-е гг. он даже делал наброски к роману «Todfeind». Позднее он отказался от идеи

написания полноценного романа, но в «Заметках» эта тема представлена очень широко.

В мифе о Вавилонской башне Канетти видит второе грехопадение человека. Важно отметить, что писатель рассматривает эти два мифа в единстве. Изгнание из рая, утрата невинности и вечной жизни – не в этот ли момент Бог проявил свою власть и наказал человека. По мнению писателя, полная смерть наступила, когда Бог лишил людей единого языка: «Это деяние Божье было самым дьявольским из всех когда-либо совершенных» [2, с. 252]. С. Энгельманн выделяет три ключевых мотива писателя: Вавилон, Библия и библиотека [3, с. 189–190].

Текст заметок имеет своеобразную структуру, когда вокруг основного слова выстраивается процесс ассоциаций и размышлений. К таким словам можно отнести смерть, изгнание, превращение, религия, власть, язык. Истоки этих идей можно обнаружить в детстве писателя. В интервью Фридриху Витцу Э. Канетти говорил, что самым ранним воспоминанием его жизни был страх, страх за свой язык [1, с. 200]. Позднее он познакомился с первым беженцем [1, с. 202], а затем и он с родителями был «изгнан из семейного рая» по решению деда. Последовавшая за этим внезапная смерть отца стала сильнейшим потрясением для мальчика.

Изгнание из семейного рая, утрата вечной жизни, потеря единого языка становятся для Канетти источником его вечной борьбы, а «Заметки» – орудием этой борьбы, попыткой вернуть человечеству единый язык и вечную жизнь и в этом писатель видел совершенно конкретную и серьезную цель своей жизни [4, с. 56].

В современном обществе смерть стала религией, противостоять которой не в состоянии ни философия, ни наука. Канетти видел свое предназначение в том, чтобы вобрать в себя все мифы человечества, понять их сущность, распознать мотив превращения и создать новый миф, способный преодолеть власть религии, рабство человека перед смертью.

Вера Э. Канетти в мощную силу слова подобна его индивидуальной религии: «Он хочет найти слова, каких не позабыть ни одному человеку. И пусть принадлежат каждому, кто швырнет их навстречу смерти» [4, с. 321]. Слово имеет для писателя сакральное значение, в слове он видит вечность и власть, поэтому он стремился сохранить чистоту и силу слова: «Мой бог – это имя, дыхание моей жизни – слово. <...> Я боюсь разбора и объяснения имен, я боюсь этого больше, чем смерти» [5, с. 208].

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Canetti, E. Aufsätze-Reden-Gespräche / E. Canetti // Gesammelte Werke Band 10. – München : Carl Hanser Verlag, 2005. – 400 S.
2. Канетти, Э. Диалог с жестоким партнером / Э. Канетти // Человек нашего столетия : пер. с нем. С. Шлапоберской. – М. : Прогресс, 1990. – С. 44–57.

3. Engelmann, S. Babel-Bibel-Bibliothek : Canettis Aphorismen zur Sprache / S. Engelmann // Epistemata. Reihe Literaturwissenschaft: 191. – Würzburg : Königshausen & Neumann. – 1997. – 247 S.
4. Канетти, Э. Тайное сердце часов. Заметки 1973–1985 / Э. Канетти // Человек нашего столетия / Э. Канетти ; пер. С. Власова. – М. : Прогресс, 1990. – С. 310–358.
5. Canetti, E. Die Provinz des Menschen: Aufzeichnungen 1942–1972 / E. Canetti. – München : Fischer, 1998. – 368 S.

А. Н. КАРАСЕЛЬНИКОВА, М. Е. МАСЛОВА

Беларусь, Барановичи, БарГУ

ЛИНГВОСТИЛИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ОБРАЗА ГЕРОЯ В АНГЛОЯЗЫЧНОЙ ЛИТЕРАТУРЕ ФЭНТЕЗИ

Образ главного героя в англоязычном художественном дискурсе всегда привлекал внимание исследователей и литературных критиков. Присутствие главного героя является доминирующим, поскольку он или она являются фигурой, которая часто присутствует на протяжении всего сюжета и влияет на возникновение конфликта и кульминации в произведении. Образ главного героя в англоязычном дискурсе создается с помощью различных лингвистических средств, включающих лингвистические приемы, такие как диалоги, монологи, речевые особенности, интонации, акценты, жесты и мимика, использование определенных лексических единиц, структур предложений. Все эти средства помогают создать уникальный образ персонажа и передать черты его характера, эмоциональное состояние и отношение к окружающим. Вопрос о средствах создания художественного образа напрямую связан с понятием «выразительность речи», которое в науке представлено различными подходами. Как отмечает О. А. Макарова, выразительность может создаваться средствами языка всех его уровней. Она выделяет выразительность «произносительную, акцентологическую, лексическую, словообразовательную, морфологическую, синтаксическую интонационную и стилистическую» [1, с. 151]. Лингвистические средства в художественном тексте обладают способностью создавать емкую характеристику благодаря своей широкой семантической вариативности. Они играют важную роль как в создании художественного образа героев, так и в более полном раскрытии образа автора в художественном тексте и формировании авторской картины мира. Лингвистические закономерности позволяют художественному тексту выступить в качестве носителя усложненной эстетической информации. К лингвистическим средствам создания образа относятся средства номинации персонажей, маркеры, уточняющие пространственно-временные рамки, выражающие различные модальные оттенки, оттенки логизированной речи и др. [2, с. 146].

Мы намеренно обратились к англоязычному фэнтези, т. к. именно этот жанр позволяет авторам создать множество разнообразных персонажей. Для создания образа героя в англоязычном фэнтези используются разнообразные лингвостилистические средства:

1. Диалоги и реплики: речь персонажей – это ключевой элемент в создании образа. Их диалоги, манера общения, выбор слов и интонация помогают понять характер и эмоциональное состояние героев. С помощью разговора персонажи раскрывают свои мысли, эмоции, мотивацию и отношение к другим персонажам.

2. Монологи и внутренние размышления: разговор персонажа с самим собой позволяет узнать о его мотивах, сомнениях и стремлениях.

3. Использование фразеологизмов и идиом: герои могут использовать устойчивые выражения, характерные для определенных ситуаций или персонажей.

4. Стилистические фигуры речи: различные фигуры речи помогают сделать образы более выразительными.

5. Интонация и акцент, диалект: акцент и интонация передают эмоциональное состояние персонажа и его намерения.

6. Использование специфической лексики: в зависимости от профессии, социального статуса или времени действия, персонажи используют специфическую лексику, создающую аутентичный образ.

В качестве материала для исследования был выбран текст повести Дж. Р. Р. Толкина «Хоббит, или Туда и обратно». Бильбо Бэггинс, хоббит с приключенческим духом обладает интересной речью, которая отражает его характер и интеллектуальное состояние.

Бильбо использует как формальные, так и неформальные выражения в своей речи, что свидетельствует о его многогранном стиле общения. В его речи присутствуют как формальные фразы *Beg your pardon?*, так и сокращенные, разговорные формы: *I'll be alright, I've done it!* и конструкции тегов: *It's a tad excessive, isn't it?*. Для выражения эмоционального состояния Бильбо использует инверсию, выделяя определенные моменты в своей речи и добавляя драматичность: *I come from under the hill, and under the hills and over the hills my paths led.* Речь Бильбо Бэггинса наполнена анафорами и лексическим повтором, делающими ее эмоционально насыщенной: *No hat, no stick, no pipe, not even a pocket handkerchief, Help, help, let em down, stop it, stop it.*

Нередким явлением в речи Бильбо является использование иронии, он обладает хорошим чувством юмора: *'Well, Merry People!' said Bilbo looking out. 'What time by the moon is this? Your lullaby would waken a drunken goblin! Yet I thank you.* Нерешительные паузы и фальстарты в речи Бильбо придают ей естественность и реализм. Он может начать фразу, но не за-

кончить ее, создавая ощущение напряжения или сомнения, как при начале повествования: *It began, well, it began as you might expect*. Междометия в речи Бильбо делают его образ более живым и реалистичным: *Oh, yes. Ha, ha! Hm, hmt... Ewww*. Для выражения удивления, сомнения или отрицания Бильбо довольно часто использует в своей речи риторические вопросы: *A battle of three armies? A battle of four armies? Five armies now?* Речь Бильбо наполнена эпитетами, которые он использует для выражения своих чувств и отношений к событиям: *Nasty, disturbing, uncomfortable things. Make you late for dinner! This is a bitter adventure*. Реже всего в речи Бильбо используются метафоры и пословицы: *The Heart of the Mountain; and it is also the heart of Thorin, 'While there's life there's hope!' as my father used to say, and 'Third time pays for all.'*

Речь Бильбо Бэггинса отражает его характер, интеллектуальное и эмоциональное состояние, отношение к окружающим событиям. Все эти элементы создают многослойный и интересный образ, делая его персонажем, доступным для читателя, с яркой индивидуальностью и глубоким внутренним миром.

Лингвостилистические средства создания образа главного героя в англоязычном фэнтези имеют важное значение для передачи его характера, эмоций и мотивации. Они используются на всех уровнях языка: произношение, лексика, грамматика, интонация и стилистика и помогают сделать персонаж запоминающимся. В жанре фэнтези авторам предоставляются неограниченные возможности для создания уникальных персонажей посредством их характеристики, как прямой, рассказывая напрямую о внешности, характере и внутренних качествах, так и косвенной, показывая персонаж через его поступки, речь и взаимодействие с окружающим миром.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Макарова, О. А. Особенности анализа художественного образа в филологии и искусствоведении / О. А. Макарова // Вестник Вятского государственного гуманитарного университета. – 2014. – № 11. – С. 151–154.
2. Соколова, Е. К. Литературный художественный образ и кинообраз. Проблема соотношения и взаимовлияния : на примере киноинтерпретаций романов Ф. М. Достоевского : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.01.08 / Соколова Елена Константиновна ; Моск. пед. гос. ун-т. – М., 2013. – 18 с.
3. Петровская, Г. В. Художественный знак – художественный образ – художественная коммуникация / Г. В. Петровская // Вестник Вятского государственного гуманитарного университета. – 2012. – № 1 (2). – С. 146–148.

Т. М. КУЗМЕНКОВА

Беларусь, Полоцк, ПГУ имени Евфросинии Полоцкой

ХУДОЖЕСТВЕННОЕ ОСМЫСЛЕНИЕ КАТЕГОРИЙ «ДОБРО» И «КРАСОТА» В СТИХОТВОРЕНИЯХ В ПРОЗЕ О. УАЙЛЬДА

Оскар Фингал О'Флаэрти Уиллс Уайльд (*Oscar Fingal O'Flahertie Wills Wilde, 1854–1900*) является одним из ярких представителей английского эстетизма и декаданса. Его роман «Портрет Дориана Грея» (*The Picture of Dorian Gray, 1890*) прочно ассоциируется с литературой эстетизма и презентует отдельные идеи «чистого искусства». Личность писателя и его творчество часто рассматривают исключительно через призму имморализма и гедонизма, однако, изучив аксиологические доминанты его основных произведений, можно увидеть определенную трансформацию его моральных и эстетических взглядов. Одним из наиболее ярких примеров подобной эволюции является сборник стихотворений в прозе.

В 1894 г. автор выпускает сборник *Poems in Prose*, в который входит шесть произведений: «Художник» (*The Artist*), «Ученик» (*The Disciple*), «Творящий благо» (*The Doer of Good*), «Учитель мудрости» (*The Teacher of Wisdom*), «Учитель» (*The Master*), «Чертог Суда» (*The House of Judgement*). В сборнике преобладают стихотворения на библейскую тематику (4 из 6), которые затрагивают вопросы взаимодействия Бога и человека. Стихотворения «Художник» и «Ученик» отличаются: первое освещает тему искусства, второе – нарциссизма.

В стихотворении «Художник» целью лирического героя стало создание образа «удовольствия, которое длится лишь мгновение»¹ [1, с. 1203]. Данное желание возникает неожиданно, как порыв вдохновения, которое невозможно контролировать. Для своего творения герой выбирает бронзу, как наиболее долговечный материал, способный удержать мысли и душу художника для будущих поколений. Но в то же время, бронза не остается навсегда неизменной – ее можно расплавить и превратить в новую форму, в новую жизнь [3, с. 42]. Художник искашает статую, которая должна была остаться в образе «скорби, которая длится вечно»² [1, с. 1203], и создает бронзовое изваяние эфемерной концепции удовольствия. В этом произведении прослеживается размытие границ между непостоянным и вечным. Образ вечной скорби уступает место временному наслаждению. Скорбь и удовольствие переплетены, и одно понятие не может существовать без другого. Таким же образом связаны вечность и мгновение. Вечная печаль

¹ «The pleasure that abideth for a moment» [2, p. 6].

² «The sorrow that endureth for ever» [2, p. 6].

и кратковременное удовольствие будут поочередно сменяться. Так Оскар Уайльд показывает, что гедонизм – не единственная истина [3, с. 43].

В стихотворении «Ученик» О. Уайльд берет за основу древнегреческий миф о Нарциссе, которой погиб из-за любви к собственной красоте. Автор отходит от традиционного видения этого мифа. Реальность представлена глазами «зеркала». Автор интерпретирует миф и рассуждает о том, что самолюбование и самовосхваление присущи многим людям. Увидев смерть Нарцисса, пруд не стал скорбеть по нему, он не понял истинной причины его смерти. Наоборот, он горевал по тому, что не сможет увидеть вновь подтверждение своей красоты: «*Но я любил Нарцисса потому, что, когда он лежал на моем берегу и всматривался в меня, в зеркале его глаз я видел отражение моей собственной красоты*»¹ [1, с. 1206].

В стихотворении «Учитель мудрости» мы видим, что Отшельник владеет «совершенным знанием о Боге», которое наполняет его мудростью и добротой: «*многие святые, а также праведные женщины, жившие в его городе, были безмерно удивлены степенной мудростью его ответов*»² [1, с. 1211]. Отшельник приобрел ту красоту души, которая позволяет человеку быть ближе к Богу, для Уайльда это означает, что человек в этом состоянии способен постичь истинную красоту искусства. Поэт отмечает, что данной мудростью нельзя делиться с каждым, ведь «*тот, кто делится мудростью, ворует у самого себя*»³ [1, с. 1211], он также отмечает, что эти знания «*более ценные, чем весь пурпур и жемчуг на свете*»⁴ [1, с. 1212]. Делясь мудростью с другими людьми, Отшельник отдавал не только знания о боге, но и раздавал по крупицам свою жизнь: «*теперь вера покидает его из-за множества тех, кто уверовал в него*»⁵ [1, с. 1211]. Решив больше не делиться знанием с другими, Отшельник дарует последнее знание ради спасения души Разбойника из Города Семи Грехов. Отшельник погибает, но в награду получает «совершенную любовь». О. Уайльд снова обращается к идеи о том, что самоопожертвование – это путь к познанию блага, которое получает человек за добрые побуждения и бескорыстные поступки.

В следующем стихотворении «Творящий Благо» О. Уайльд обращается к образу Христа, который простил грехи людей и подарил им новую жизнь. Несмотря на полученный шанс, люди продолжают греховный путь. Одна из грешниц ответила Христу так: «*Ты же простил мои грехи, а мой путь – это путь удовольствий*»⁶ [1, с. 1204]. Уайльд показал, что попытки

¹ «But I loved Narcissus because, as he lay on my banks and looked down at me, in the mirror of his eyes I saw ever my own beauty mirrored» [2, p. 8].

² ««...» many of the saints, as well as certain holy women who dwelt in the free city of his birth, had been stirred to much wonder by the grave wisdom of his answers» [2, p. 15].

³ «Who giveth away wisdom robbeth himself» [2, p. 15].

⁴ «It is more precious than all the purple and the pearls of the world» [2, p. 16].

⁵ «That his faith was leaving him by reason of the number of those who believed in him» [2, p. 15].

⁶ «But you forgave me my sins, and the way is a pleasant way» [2, p. 7].

даровать искупление и облегчить страдания не помогут стать лучше и не исправят души. Наоборот, один раз простив грехи, людичувствуют безнаказанность, они продолжат идти по пути удовольствия и греха.

Также образ юноши, которого воскресил Христос, является декадентским. Умерев, юноша получил свободу и познал истинную суть красоты, которую нельзя постичь на земле. Вернувшись к жизни, он лишился истинного блага: «*Некогда я был мертв, а ты воскресил меня. Что еще мне остается, кроме скорби и рыданий?*»¹ [2, с. 1205]. Уайльд показал, что дарованное искупление не сможет помочь человеку. Лишь самостоятельно исцелив свою душу, он получит истинное благо.

В стихотворении «Чертог Суда» представлена картина Страшного суда, на котором Бог судит человека за его грехи: «*В Чертоге Суда царило безмолвие, и человек предстал нагим перед Богом*»² [1, с. 1208]. Человек, совершив множество грехов, не отрицает их. О. Уайльд указывает на то, что жизнь – это ад: «– *Несомненно, ты отправишься в ад. Именно в ад я отправлю тебя. <...> – Ты не можешь этого сделать! <...> – Потому что я всегда жил в аду*»³ [1, с. 1209]. Познать рай для человека, который не видел истинной красоты, невозможно. В понимании О. Уайльда истинная красота – это красота души, которая достигается через сострадание, добро и самопожертвование. В стихотворении человек отказывается от места в раю, объясняя это тем, что «*я никогда и нигде не мог представить такого места*»⁴ [1, с. 1209].

Проанализировав стихотворения в прозе, можно заметить, что автор отделяет свою позицию и от героев, и от читателя. Он дает читателям пространство для собственных выводов. О. Уайльд использует декоративность и диалогическую форму построения стихотворений в прозе, которые создают конфликт внутри текста, за счет чего происходит развитие героев и усиливается драматический эффект [3, с. 44]. Также с помощью повторов, параллелизма, инверсии О. Уайльд имитирует характерную для Библии структуру, что также влияет на восприятие текста.

Данные стихотворения опубликованы в 1894 г., и они являются последними произведениями, которые О. Уайльд пишет до тюрьмы. Сравнивая их с более ранними произведениями писателя, можно увидеть, как у автора меняется отношение к жизни. В данном сборнике он говорит с читателем о морали, не скрывая свои мысли за фантастическим сюжетом. О. Уайльд продолжает размышления о превосходстве искусства над жизнью, но уже в более серьезной форме. Анализируя данный сборник, мы

¹ «But I was dead once, and you raised me from the dead. What else should I do but weep?» [2, p. 9].

² «And there was silence in the House of Judgment, and the Man came naked before God» [2, p. 11].

³ «Surely I will send thee into Hell. Even into Hell will I send thee. <...> Thou canst not. <...> Because in Hell have I always lived» [2, p. 12].

⁴ «Because never, and in no place, have I been able to imagine it» [2, p. 12].

видим, что основным аксиологическим аспектом данных стихотворений стало добро. Добро, искренность и самопожертвование становятся не только ключом к созданию красоты, но и смыслом жизни.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Уайльд, О. Полное собрание прозы и драматургии в одном томе / О. Уайльд – М. : Альфа-книга, 2008. – 1264 с.
2. Wilde, O. Poems in prose / O. Wilde. – London : Black Cat, 1984. – 21 p.
3. Тетельман, А. И. Взаимодействие жанров в творчестве Оскара Уайльда ; автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.01.03 / Тетельман Анна Ильинична. – Казан. гос. ун-т им. В. И Ульянова-Ленина. – Казань, 2007. – 19 с.

М. Е. МАСЛОВА, З. В. КУХАРЧИК

Беларусь, Барановичи, БарГУ

СТИЛИСТИКА СОВРЕМЕННОГО АНГЛОЯЗЫЧНОГО ФАНТАСТИЧЕСКОГО РОМАНА (НА ОСНОВЕ АНАЛИЗА ПРОИЗВЕДЕНИЙ ПАОЛО БАЧИГАЛУПИ)

Данная статья посвящена роли стилистических средств в создании авторского мира в англоязычном научно-фантастическом произведении. Научно-фантастическая литература, являющаяся одним из самых популярных жанров в современной литературной культуре, находит свое воплощение в разнообразных стилях и формах. Данный жанр отличается от других тем, что в нем авторы могут исследовать и представлять альтернативные реальности, создавать новые миры и персонажей, а также рассматривать вопросы, которые не могут быть решены в реальном мире. Научно-фантастический жанр представляет собой вид художественной литературы, где в основу произведения положена научная или техническая проблема, которую невозможно решить в данное время [1].

Научно-фантастическая литература имеет долгую историю, однако именно в последние десятилетия фантастический роман претерпел значительные изменения, отражая актуальные тенденции и вызовы современного общества. В этот период авторы, работающие в этом жанре, продолжают исследовать современные технологии, социальные и культурные изменения, а также личные и философские аспекты. Они обращаются к темам, связанным с развитием современных технологий, виртуальной реальности, искусственного интеллекта и Интернета, а также биотехнологий, генной инженерии и модификаций человеческого организма. Многие произведения акцентируют внимание на постапокалиптических сценариях, описывая мир после глобальных катастроф и кризисов. Среди современных писателей

лей, работающих в жанре научной фантастики, выделяется американский автор Паоло Бачигалупи, придерживающийся направления экологической фантастики. Автора заботят такие проблемы как губительное влияние человечества на окружающую среду и планету в целом, а также различные моральные дилеммы, поэтому исследование стилистических особенностей современного англоязычного фантастического романа на материале его произведений представляет собой актуальную задачу в контексте анализа современной литературной культуры.

Материалом для нашего исследования послужили тексты произведений Паоло Бачигалупи «Разрушитель кораблей» / *Ship Breaker*, «Поп-отряд» / *Pop-squad* и «Алхимик» / *The Alchemist*. Наш выбор не случаен, т. к. данные произведения являются знаковыми в карьере автора.

В данной статье мы остановимся на наиболее частотных приемах, используемых Паоло Бачигалупи в текстах исследуемых произведений. Его герои вынуждены выживать в постапокалиптическом мире, где человечество сталкивается с последствиями своего разрушительного воздействия на окружающую среду и цивилизацию. Автор создает этот мир с помощью различных стилистических приемов, однако именно метафоры позволяют ему создать яркие образы и вызывают эмоциональный отклик у читателя. В качестве одного из примеров рассмотрим следующее предложение: *Shadow people clawing out of the darkness, hunched against curtains of wind and water as they dashed for safety* [2]. В данном примере автор подчеркивает хрупкость и уязвимость выживших людей. Еще одним ярким примером является предложение *Cold fingers ran up his spine, raising hackles* [2], передающее страх и дискомфорт главного героя романа «Разрушитель кораблей». С помощью метафор автор также создает атмосферу мира, где правит грубая сила и показывает изменившуюся природу людей, которые потеряли все человеческое и превратились в хищников ...*muscle and bare steel cutting through the drowned city's revelry, The world seemed to slow* [2].

Автор часто придает своим описаниям причудливый и в то же время жутковатый оттенок, помогая читателю лучше представить себе эту сцену: *I squeeze my fingers over my nose and breathe through my mouth, fighting off nausea as Gentle wanders in, holstering his Grange. Children come scampering in with Pentle, a brood of three tangling around his knees – the screamers from the other room. They gallop around the kitchen and disappear again, screaming still, into the living room where data sparkles like fairy dust on the wall screens and provides what is likely their only connection to the outside world* [3]. Одним из часто повторяющихся символов на страницах романа «Разрушитель кораблей» является так называемые *wrecks*, останки некогда мощных кораблей, бороздивших океанские просторы, однако эту же лексему можно отнести и к людям, выжившим после экологической катастрофы. Цен-

тральное место в исследуемых произведениях автора занимают экологические проблемы и последствия человеческой деятельности для природы и общества, поэтому многие книги Паоло Бачигалупи звучат как своеобразное предупреждение человечеству.

Ряд произведений автора, сочетающие в себе элементы двух жанров – научной фантастики и фэнтези, – отличаются особенной, почти осязаемой образностью, что подтверждается обширным использованием различных стилистических приемов. В произведении «Алхимик» автор использует образы, которые усиливают восприятие сцен при прочтении, например: *...the floating palaces of Jhandpara. Cloud dragons of old twined up its posts to the canopy where wooden claws clutched rolled nets...* [4]. Яркие и замысловатые образы создают образ роскошной кровати, подчеркивая ее красоту и культурное значение, что усиливает эмоциональный конфликт, поскольку кровать – это не просто предмет мебели, а символ утраченного прошлого. Пример *The tang of bitter herbs filled the air as he worked* [4] апеллирует к обонянию, позволяя читателю окунуться в атмосферу мастерской алхимика и ощутить интенсивность алхимического процесса. В примере *The light from the laboratory lamp caught the surface of the glass and glittered like a thousand tiny stars* [4] автор «рисует» визуальный образ, подчеркивающий точность и почти волшебную атмосферу, окружающую работу алхимика. Автор часто прибегает к использованию различного рода метафор: *He could feel the weight of the world pressing against his thoughts* [4]. Данная метафора выражает эмоциональную и ментальную нагрузку, которую испытывает персонаж, подразумевая, что моральные дилеммы, с которыми он сталкивается, являются непреодолимыми.

В следующем примере *...in the famous torture room of Majister Halizak, who liked to magic his victims into a closed cell...* [4] автор метафорично передает идею жестокого, неизбежного заточения, что отражает трагическую ситуацию рассказчика и усиливает ощущение, что он в ловушке как физически, так и морально. Пример *His craft was the alchemy of the ancients, and he had come to understand the ways of those long-dead masters* [4] отсылает героя и читателя к исторической алхимии, стремившейся превращать базовые материалы в золото. Связывая работу главного героя с этой древней практикой, Бачигалупи проводит параллель между прошлыми и будущими попытками манипулировать жизнью и материей, что может привести к не-предсказуемым последствиям.

Наше исследование позволяет утверждать, что идиостиль Паоло Бачигалупи характеризуется не только образностью и символизмом, но и высоким реализмом, глубоким анализом экологических проблем и постапокалиптическими образами. Эти особенности делают его произведения значимыми и запоминающимися в современной научной фантастике. Автор

внимательно анализирует влияние технологии на экосистемы и человеческое поведение, что делает его произведения актуальными и важными в современном контексте.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Словарь литературоведческих терминов / ред.-сост. Л. И. Тимофеев, С. В. Турапев. – М. : Просвещение, 1974. – 509 с.
2. Bacigalupi, P. Ship Breaker / P. Bacigalupi. – San Francisco : Night Shade Books, 2011. – 352 p.
3. Bacigalupi, P. Pop-Squad / P. Bacigalupi // Pump Six and Other Stories / P. Bacigalupi. – San Francisco : Night Shade Books, 2010. – 256 p.
4. Bacigalupi, P. The Alchemist / P. Bacigalupi. – San Francisco : Night Shade Books, 2011. – 71 p.

В. А. ПЕТРОВСКАЯ

Беларусь, Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

ЖАНРОФОРМИРУЮЩИЕ ФАКТОРЫ ЦИКЛА РАССКАЗОВ С. МОЭМА «ТРЕПЕТ ЛИСТА: МАЛЕНЬКИЕ ИСТОРИИ ОСТРОВОВ ЮЖНОГО МОРЯ»

Английская литература конца XIX – нач. XX в. была литературой модернистской деформации. Универсализм и синтетичность, как основные характеристики искусства этого периода, во многом обусловили поиск новых жанровых форм, способных отразить представления о человеке, о месте и роли искусства в мире. В своем стремлении расширить границы традиционных жанров, писатели прибегали к циклизации, под которой понималось создание субжанрового единства. Процесс циклизации малой прозы развивался поэтапно. Малая форма требовала от прозаика тщательной проработки сюжета, тонкой психологической нюансировки характеров, отточенности и лаконичности стиля. К основным характеристикам прозаического цикла первой половины XX в. можно отнести многосоставность, системность, двойное кодирование, создание метатекста, особую авторскую композицию, единство сюжета и ряда системных элементов, наличие фреймовых компонентов.

Циклизация малой прозы – одна из важнейших характеристик жанровой специфики творчества С. Моэма. Цикл рассказов С. Моэма «Трепет листа: маленькие истории островов Южного моря» (*The Trembling of a Leaf: Little Stories of the South Sea Islands*) был впервые опубликован в 1921 г. и состоял из вводной миниатюры, рассказов «Тихий океан» (*The Pacific*), «Макинтош» (*Mackintosh*), «Падение Эдварда Барнарда» (*The Fall of Edward Barnard*), «Рыжий» (*Red*), «Заводь» (*The Pool*), «Гонолулу» (*Honolulu*), «Дождь» (*Rain*) и заключительного рассказа *Envoi*. Перевод аутентичного издания 1921 г.

с включением предисловия, эпиграфа и текстов «Тихий океан» и *Envoi* стал доступен читателям в Республике Беларусь в 2002 г.

Интегративными признаками цикла «Трепет листа: маленькие истории островов Южного моря» являются наличие фрейма, концептуальная насыщенность, связь общей семантики со структурой отдельного рассказа, развитие общего мотива (цикл-путешествие), единые системные элементы цикла, целостный принцип композиции и содержания, образно-метафорический подход в изображении природы. Кроме того, цикл «Трепет листа: маленькие истории островов Южного моря» обладает родовыми признаками короткого рассказа: динамикой, психологизмом, парадоксальностью.

Рассказ «Тихий океан» (*The Pacific*) образует первую границу фрейма и переносит читателя на борт корабля, пересекающего океан и идущего курсом из Великобритании в южные страны. Сюжет рассказа «*Envoi*» снова связан с океаном, морским путешествием и мыслями главного героя на пути из южных колоний домой. *Envoi* становится финальной границей фрейма. Образ бескрайнего океана создает уникальный камертон фрейма.

Название цикла «Трепет листа: маленькие истории островов Южного моря» закладывает жанровый код и философский подтекст цикла. В названии актуализируется субъектная организация цикла, доминантой которого выступает движение к островам Южного моря. Все события, так или иначе, связаны с путешествиями в дальние страны. С. Моэм использует концепт «остров» как древнюю метафору, символизирующую обособленный образ духовного мира в хаосе материального существования. В названии цикла указан топос, где происходят события, – острова Самоа, Таити, Полинезия, и определена оппозиция «Запад – Восток». Размеренный быт и самобытная культура самоанцев, таитян и полинезийцев, их уклад жизни, подчиненный смене сезонов и неменяющийся на протяжении столетий, противопоставлены образу жизни англичан, шотландцев и американцев, волею судеб оказавшихся на островах.

Идейное единство цикла прослеживается в созданной автором галерее образов главных персонажей. Героями С. Моэма предстают люди, чьи судьбы нельзя назвать счастливыми. Их жизнь лишена гармонии и радости, а несоответствие ожиданий и реальности, неумение адаптироваться к действительности приводят к душевному разладу и потере себя. Результатом такого внутреннего конфликта становится смерть, физическая или духовная. Путь к возрождению душевной гармонии героев С. Моэм видит в принятии другой культуры и образа жизни, в слиянии с природой, в самопознании.

Сюжетно-композиционная структура едина на всех уровнях цикла. События, составляющие сюжеты рассказов цикла, соотносятся друг с другом как концентрические, а циклизация компенсирует отсутствие объемного изображения действительности в отдельном рассказе. Сюжет рассказов

цикла строится на следующих этапах. Главный герой предстает перед читателем в образе человека определенных правил и моральных принципов, которые он считает единственно верными, но в его жизни происходит событие, заставляющее его усомниться в собственных представлениях. Герой не может ответить на вопрос, что есть реальность, а что фантазия. Это становится причиной разочарования в жизни, толкает его на преступление или приводит к смерти.

Общим композиционным приемом цикла выступает отсроченный зacin рассказа. Сюжет каждого рассказа выстраивается в соответствии с обозначенным С. Моэром «полукругом», т. е. начинается со спокойного зacина, затем ускоряется, доводится до кульминации, а потом спокойно завершается. Развязка во всех рассказах настолько неожиданна, что ее трудно предвидеть заранее. Как правило, резкий поворот в конце рассказа демонстрирует истинное положение вещей и лишает человека иллюзий. Чувство неудовлетворенности персонажи переживают молча. Явный оттенок разочарования, грусти или пессимизма в конце рассказов – не что иное, как сопреживание автора своим героям, лишенным корней, вынужденным жить в чужой для них культуре, отчаявшимся найти свое место в новых условиях жизни.

Мотивная система рассказов цикла выполняет циклообразующую функцию. Мотив воды в разнообразных проявлениях (океан, море, пруд, заводь, лагуна, ручей, дождь) является одним из центральных мотивов цикла. На Востоке вода считается символом вечно меняющегося мира иллюзий. В цикле «Трепет листа: маленькие истории островов Южного моря» вода выступает двойственным элементом. Одних героев она очищает и помогает им обрести покой, а других губит. Мотив, который реализуется во всех рассказах цикла, – это испытание, через которое проходят главные герои.

Система персонажей цикла выстроена по принципу двойного кодирования. В каждом герое есть несколько ипостасей, которые раскрываются в процессе развития сюжета. Чаще всего, главные герои – это привлекательные внешне, обаятельные люди, которые в момент наивысшего напряжения предстают перед читателем в образе слабых, сломленных и отчаявшихся людей. Именно двойственность персонажей позволяет С. Моэму создать галерею сложных характеров.

Такие жанроформирующие факторы, как системность, двойное кодирование, создание метатекста, авторская композиция, единство сюжета и наличие фреймовых компонентов, послужили основой создания новой субжанровой прозаической формы – цикла рассказов С. Моэма «Трепет листа: маленькие истории островов Южного моря».

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Моэм, С. Трепет листа : рассказы / Сомерсет Моэм ; пер. с анг. – М. : ACT, 2010. – 288 с.

I. В. ПОЎХ

Беларусь, Брэст, БРДУ імя А. С. Пушкіна

РЭТРАСПЕКТЫЎНАЯ ТЭМПАРАЛЬНАСЦЬ ВЕРША ШОНА Х’ЮІТА “ДРЫЯДА”

Шон Х’юіт – ірландскі паэт, празаік і літаратуразнаўца, у 2020 г. уганараваны як адзін з трыццаці найлепшых ірландскіх аўтараў, маладзейшых за 30 гадоў, па версіі *The Sunday Times*. Яго першы паэтычны зборнік “Языкі полымя” (*Tongues of Fire*) атрымаў Лаўравую прэмію (*The Laurel Prize*) у 2021 г. і ўвайшоў у кароткі спіс намінантаў на шэраг іншых узнагрод. Даследчыкі [1] вызначаюць стыль Х’юіта як стрыманы рамантычны, падкрэсліваючы яго здольнасць зазірнуць у цемру і бязладдзе прыроды і не жахнуцца, не памкнуцца знішчыць ці падначаліць сабе тое, што яна захоўвае, а ўбачыць у ёй адбітак уласных эмоцый і пачуццяў. Матыў цэмры так ці інакш прысутнічае амаль у кожным творы паэта, вызначае яго агульны настрой і далучае да рамантычных катэгорый загадкавага і няўлоўнага. Неад’емнай уласцівасцю паэзіі рамантызму, як вядома, з’яўляецца актыўнае выкарыстанне міфалагічных сюжэтаў, вобразаў і матываў, што няцяжка заўважыць і ў вершах Шона Х’юіта.

У вершы “Дрыяд” (*Dryad*) са згаданага вышэй зборніка вобраз міфічнай істоты, якая, як меркавалася, жыла ў дрэвах і мела выгляд прыгожай маладой жанчыны, выступае злучальным чыннікам для трох тэмпаральных роўніц цяперашняга, мінулага і пазамінулага часу, парталам на ледзь улоўнай мяжы паміж тэмпаральнасцямі. Верш мае форму аўтарскага маналога, звароту да згадак дзяцінства і пазнейшага юнацтва, выкліканых выразанай з дрэва постаццю дрыяды, якую раз-пораз бачыць апавядальнік, ідучы полем ля старой вёскі. Адпаведна, актуальная тэмпаральнасць змяшчае моманты сустрэчы з дрыядай у цяперашнім часе, прастора мінулага часу ахоплівае перыяд, калі апавядальнік прыходзіў да яе вясімнаццацігадовым юнаком, тады як тэмпаральная роўніца пазамінулага часу вяртае апавядальніка ў дзяцінства, калі драўляная дрыяда толькі з’яўлялася на полі.

Размежаванне тэмпаральнасцяў у творы адбываецца ўжо ў першым радку верша дзеясловам “помніцца” (*I remember*), які ўводзіць падзеі, што адбыліся ў мінульым, у актуальны досвед апавядальніка, і працягваецца дзеясловамі цяперашняга (*remember, ages, go back, see*), мінулага (*used to come, stumbled, came*) і пазамінулага (*had turned, had given, had planted*) часу адпаведна. Пераход да рэтраспектыўнай тэмпаральнасці вызначаецца, апрача іншага, акалічнаснымі зваротамі (*years ago, by the old village*), а таксама лексемамі з канатацыяй знікнення (*dead, buried, half-rotten*), узмоцненымі назоўнікамі лексіка-семантычнай групы “зіма” (*snow, frost*,

winter). Недасяжнасць мінулага, якое надзейна хавае свае таямніцы, перадаецца дзеепрыметнікамі і дзеепрыметнымі зваротамі “накрыты” (*covered*), “пахаваныя пад скінутай вагой зімы” (*buried in the winter's // shedding weight* [2]). Цікавасць уяўляе таксама бінарная апазіцыя “свято-цемра”, дзе свято выступае маркерам цяперашняга часу, а цемра – мінулага. Фон для больш позніх падзей ствараюць белы снег і ружовае неба на досвітку, тады як ранейшыя адбываюцца ў “цёмнай прасторы гарадоў” (*dark spaces of towns*), пад “чорнымі галінамі з цяжкім лісцем” (*black heavy-leaved branches*) і “цёмнымі покрываам лесу” (*inside a dark chamber of the wood*).

Матэрыйлізаваны ў вобразе міфічнай істоты, створанай далёкімі продкамі і захаванай у калектыўнай памяці нацыі, міфічны час увасабляе трыадзінства рэтраспектыўнай, актуальнай і перспектыўнай тэмпаральнасцяў, іх узаемасувязь і ўзаемаўплыў, што адлюстроўваеца ў тэксце верша як на структурным, так і на лексічным узроўні: адваротным пераходам з рэтраспектыўнай у актуальную тэмпаральнасць напрыканцы верша, а таксама дзеясловамі цяперашняга закончанага часу (*have ruined, have brought*). У апошніх радках верша таксама адбываеца паяднанне актуальнай і перспектыўнай тэмпаральнасцяў праз сцверджанне адказнасці кожнага чалавека за тое, ці працягненца жыццё на планеце (*offering // to each visitor a small portion of the world // in which they might work for the life of it* [2]). Нарэшце, пераход з тэмпаральнасці былога ў будучыню увасабляеца ў шары, які дрыяды трymае ў руках і прапаноўвае людзям як сімвал новага свету (*offer the frozen circumference of a new world* [2]).

Такім чынам, аналіз верша Шона Х'юіта “Дрыяд” дазваляе вылучыць у ім наступныя сродкі стварэння рэтраспектыўнай тэмпаральнасці: вобраз міфічнай істоты, часавыя формы дзеясловаваў, а таксама лексемы з канатацыйнай знікнення, холаду і цемры.

СПІС ВЫКАРЫСТАНАЙ ЛІТАРАТУРЫ

1. Edgoose, Ch. Influences & romanticism in Lantern / Ch. Edgoose. – URL: <https://wood-beepoet.com/2020/01/05/influences-romanticism-in-lantern/> (date of access: 05.02.2025).
2. Hewitt, S. Tongues of Fire / S. Hewitt. – London : Penguin Books, 2020. – 80 p.

М. В. РОМАНЮК

Беларусь, Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

ПОСТМОДЕРНИСТСКИЕ СТРАТЕГИИ В РОМАНЕ ХИЛАРИ МАНТЕЛ «ВВЕДИТЕ ОБВИНЕМЫХ»

Роман Хилари Мантел «Введите обвиняемых» – это вторая часть трилогии, посвященной жизни Томаса Кромвеля, одного из самых

влиятельных политиков времен правления английского короля Генриха VIII. В повествовании описывается падение второй жены короля Анны Болейн, которая была обвинена в супружеской неверности, инцесте и государственной измене. Х. Мантел мастерски воссоздает атмосферу XVI в., сочетая историческую достоверность с глубоким психологическим анализом персонажей. В то же время писательница предлагает свежий взгляд на историю, избегая упрощенных или стереотипных интерпретаций, что в значительной степени достигается с помощью постмодернистских стратегий.

Одной из важных техник постмодернизма, реализованных в произведении, является деконструкция самого жанра. Х. Мантел сознательно отходит от конвенций классического исторического романа и вместо беспристрастного всеведущего повествования в прошедшем времени выбирает рассказ в настоящем времени от третьего лица, но предельно близко к сознанию Томаса Кромвеля. Такой подход смешивает голос автора с внутренним голосом героя, создавая эффект, будто сам Кромвель ведет рассказ о себе.

В романе «Ведите обвиняемых» деконструкции также подвергаются традиционные представления об исторических личностях и событиях. Х. Мантел разрушает стереотипное восприятие образов исторических фигур Тюдоровской эпохи, сложившееся в историографии и массовой культуре. Томас Кромвель, главный герой трилогии, обычно изображался историками и писателями как бездушный и коварный министр-тиран. Х. Мантел деконструирует этот стереотип и вместо однозначного злодея показывает сложного человека с собственными мотивами, травмами и внутренними конфликтами. Деконструкция подрывает и устоявшийся взгляд на Анну Болейн как на невинную жертву придворных интриг, заставляя читателя усомниться в «официальной» истории событий. Анна Болейн в романе предстает умной, расчетливой и безжалостной женщиной. Хотя Т. Кромвель в конечном итоге стал автором заговора против Анны Болейн, в повествовании постоянно прослеживается мысль, что в ином случае жертвой оказался бы он сам и его сторонники: *Richard hugs him; says, 'If she had reigned longer she would have given us to the dogs to eat'.*

'If we had let her reign longer, we would have deserved it' [1, с. 463].

Создавая сложные и неоднозначные образы, Х. Мантел осуществляет деконструкцию дилеммы добра и зла, также свойственную постмодернизму. По мнению Т. Кромвеля, зло чаще всего является не внутренней константой личности, а реакцией на те или иные внешние обстоятельства: *It is better not to try people, not to force them to desperation. Make them prosper; out of superfluity, they will be generous. Full bellies breed gentle manners. The pinch of famine makes monsters* [1, с. 41].

Х. Мантел показывает, что общепринятые образы исторических деятелей являются результатом предыдущих нарративов, и предлагает иную, постмодернистски многогранную трактовку этих личностей. Такой подход не только показывает множественность возможных интерпретаций исторических событий и фигур, но и выражает постмодернистское недоверие к «метанарративам», под которыми Ж. Ф. Лиотар среди прочего подразумевал единые канонические версии истории [2, с. 9–10]. Сомнению подвергается не тот или иной текст, а сама возможность истинной репрезентации и объективной интерпретации.

Эффективным постмодернистским приемом, направленным на критику метанарративов, является введение в повествование симулякра. Понятие симулякра подробно рассматривается в трудах Жана Бодрияра о гиперреальности – состоянии, при котором символы и образы заменяют собой реальность и формируют новую систему восприятия. Симулякр – это концепт, обозначающий копию, подобие или знак, который утрачивает связь с оригиналом и начинает функционировать как самостоятельная реальность. Симулякр создает иллюзию подлинности, даже если оригинал отсутствует или никогда не существовал [3, с. 15–24]. Описывая эпоху английской реформации, Х. Мантел показывает скептическое отношение героев романа к атрибутам католической церкви. Например, в следующем отрывке герои романа воспринимают моши как симулякр, никогда не являвшийся телом святого: *In the year 1257, an elephant died in the Tower menagerie and was buried in a pit near the chapel. But the following year he was dug up and his remains sent to Westminster Abbey. Now, what did they want at Westminster Abbey, with the remains of an elephant? If not to carve a ton of reliics out of him, and make his animal bones into the bones of saints?* [1, с. 82–83].

Симулякр задействуется и для того, чтобы выразить недоверие к подлинности исторических документов. Так, в книге, якобы написанной Генрихом VIII, по мнению подданных, король является автором лишь нескольких глав: *The king – it would be three or four years back and to justify his first divorce – put out a book called A Glass of the Truth. Parts of it, they say, he wrote himself* [1, с. 342]. Как следствие, книга воспринимается не как воплощение мыслей Генриха, а как имитация такого воплощения.

Повествовательная структура романа «Ведите обвиняемых» во многом фрагментарна и нелинейна, что отражает постмодернистскую эстетику разорванного нарратива. Хотя описываемые события в целом развиваются хронологически, Х. Мантел не следует ровной сюжетной линии, а разбивает историю на серии сцен-воспоминаний, символических эпизодов и внезапных переключений, зачастую без плавных связок. В результате возникает эффект мозаики, кусочки которой нужно сложить самому читателю, зная контекст или догадываясь о нем. Таким образом иллюстрируется идея, что реальность

не имеет единой истории, она распадается на множество эпизодов, а связностью ее наделяют интерпретаторы.

Через фрагментарный способ повествования Х. Мантел показывает, что история Кромвеля (как и любая другая) никогда не будет рассказана целиком, т. к. она всегда состоит из отдельных сцен, выбранных и скроенных автором из бесконечного полотна реальности. Х. Мантел тонко подчеркивает условность границы между историческими фактами и художественным вымыслом. Писательница опирается на документированные события, но заполняет лакуны в источниках плодом творческого воображения. Известные факты служат каркасом, в то время как неизвестное между ними становится полем для художественной игры.

Таким образом, роман Х. Мантел «Ведите обвиняемых» содержит такие черты постмодернистской литературы, как деконструкция жанра и образов, слияние истории с вымыслом, введение в повествование симулякра, фрагментарность. Эти техники позволяют расширить возможности классического исторического романа и показать субъективность восприятия и множественность интерпретаций прошлого.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Mantel, H. Bring up the bodies / H. Mantel. – London : 4th Estate, 2019. – 485 p.
2. Лиотар, Ж.-Ф. Состояние постмодерна / Ж.-Ф. Лиотар. – СПб. : Алетейя, 1998. – 159 с.
3. Бодрийяр, Ж. Симулякры и симуляция / Ж. Бодрийяр ; пер. О. А. Печенкина. – Тула : Тул. полиграфист, 2013. – 204 с.

Е. Г. САЛЬНИКОВА

Беларусь, Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

КОНФЛИКТ В ПЬЕСЕ ЮДЖИНА О'НИЛА «ДОЛГИЙ ДЕНЬ УХОДИТ В НОЧЬ»

Пьеса Юджина О'Нила «Долгий день уходит в ночь» (1941), которая считается самым автобиографичным произведением драматурга, описывает мучительный, тяжелый и бесконечный день в летнем доме семьи Тайронов в Нью-Лондоне в 1912 г. Как известно, 1912 г. был самым важным годом в жизни О'Нила. Именно тогда он пытается покончить жизнь самоубийством, встречает свою первую жену, узнает, что у него туберкулез, и попадает в санаторий на полгода, где и начинает писать пьесы. В это же время закончилась выдающаяся актерская карьера его отца, Джеймса О'Нила, усугубилась наркотическая зависимость матери и алкоголизм старшего брата Джеймса.

Драматург строит свою пьесу в духе аналитических драм Г. Ибсена. У О'Нила нет четко выраженной фабульной линии. В доме Тайронов не происходит ничего такого, что явилось бы неожиданностью для его обитателей. По мнению С. Джебраиловой, «жизнь предстает словно бы в формах самой жизни, и вместе с тем пьеса отрывается от плоского, будничного реализма и восходит к пронзительному лирико-трагедийному звучанию благодаря точной реалистической символике, создающей определенную атмосферу, и мощному глубинному течению чувств» [2].

В течение дня четыре человека в этой семье пытаются объяснить, как и почему они стали такими, какие они есть, раскрывают различные аспекты их взаимоотношений. В одном из писем литературному критику Дж. Дж. Нейтану сам О'Нил писал: «Пьеса глубоко трагическая, но в ней нет никакого острого драматического действия. Когда опускается занавес, все они так и остаются там, заточенные прошлым друг в друге, – каждый виновен и в то же время невинен, – презирающие, любящие, прощающие и все же навсегда обреченные быть не в состоянии забыть» [3, с. 199–200].

Основной композиционный принцип драмы «Долгий день уходит в ночь» – постоянное и нарастающее раскрытие характеров, обнажение обстоятельств, определивших формирование этих характеров – обретает полифоническое звучание в ходе взаимодействия четырех взаимосвязанных противоречий:

- 1) столкновение между материальной выгодой и духовностью;
- 2) конфликт между реальностью и иллюзорностью;
- 3) отношения любви–ненависти между героями;
- 4) противостояние человеческих стремлений и судьбы.

Рассмотрим подробнее каждый из конфликтов.

В пьесе не раз упоминается склонность Джеймса Тайрона, которая в той или иной степени определяет судьбу членов его семьи. После рождения младшего сына Эдмунда он приглашает к жене, страдающей от послеродовой депрессии, доктора-шарлатана, который прописывает ей морфий, что и привело ее к наркотической зависимости. В ходе действия также выясняется, что Эдмунда надо отправить в санаторий, т. к. он болен туберкулезом, но и тут Тайрон пытается подобрать вариант подешевле. Можно предположить, что Тайрон частично ответственен и за пристрастие к выпивке старшего сына Джейми, которому в качестве лекарства от болезни или страха давали глоток виски, чтобы не тратиться на услуги врача. Все эти ситуации свидетельствуют о том, что материальные интересы Тайрона ведут к духовным потерям членов его семьи, но эти внешние конфликты подчеркивают и внутренний конфликт Джеймса Тайрона: ради материального благополучия он продал свой необыкновенный актерский талант: *That God-damned play I bought for a song and made such a great success in – a*

great money success – it ruined me with its promise of an easy fortune. I didn't want to do anything else, and by the time I woke up to the fact I'd become a slave to the damned thing and did try other plays, it was too late [1, p. 130].

Конфликт между реальностью и иллюзорностью представлен в характере всех героев, которые боятся признаться в своих слабостях не только членам семьи, но и самим себе. Наибольшей остроты это противоречие достигает в образе матери. Само пристрастие Мэри к морфию демонстрирует ее уход от реальности, который усиливается, когда она раз за разом отрицает, что стала снова принимать наркотики. Для нее наркотическая зависимость становится мрачной реальностью, отрицание которой позволяет сохранять иллюзорность нормальной жизни. С самого начала пьесы свою непреодолимую тягу к морфию Мэри пытается объяснить невозможностью заснуть из-за храпа мужа, беспокойством о здоровье сына, и поначалу ей это удается: муж и дети рады обманываться, но, когда день начинает клониться к вечеру, ее близкие уже не могут не замечать правды.

То, насколько глубоко Мэри перестала различать грань между иллюзией и реальностью, показано автором через ее двусмысленное отношение к одиночеству. Очень часто она жалуется на то, что муж оставлял ее одну, пропадая в театре и клубе, но в то же время героиня чувствует облегчение, когда остается в одиночестве, ведь она может опять погрузиться в свой иллюзорный наркотический мир: *It's so lonely here. (Then her face hardens into bitter self-contempt). You're lying to yourself again. You wanted to get rid of them. Their contempt and disgust aren't pleasant company. You're glad they're gone. (She gives a little desparing laugh). Then Mother of God, why do I feel so lonely?* [1, p. 82].

Недостаток внешнего динамизма в пьесе компенсируется бесконечной сменой эмоций, которая отражает психическую нестабильность постоянно пререкающихся персонажей. Наиболее общими терминами, которыми можно описать трагические диссонансы драмы, по-видимому, являются отчуждение героев и их тоска по любви друг к другу.

Мэри, безусловно, любит и всегда любила своего мужа, ради него она пожертвовала юношеской мечтой стать монахиней или пианисткой. Но в то же время она постоянно обвиняет Джеймса в эгоизме, смерти их среднего сына Юджина, неспособности создать дом для их семьи. Она также привязана и к сыновьям, но иногда какая-то часть в ее раздираемой противоречиями душе словно тяготится их присутствием, что отмечает Эдмунд: *You know something in her does it deliberately – to get beyond our reach, to be rid of us, to forget we're alive! It's as if, in spite of loving us, she hated us!* [1, p. 121].

Такие же взаимоисключающие отношения любви–ненависти можно заметить по отношению к матери со стороны членов ее семьи. Муж и сыновья нежно любят Мэри, но с отвращением ждут ее появления в гостиной

под воздействием морфия. Даже цинизм Джейми, который сравнивает мать с безумной Офелией и прямо называет ее *hophead* ('наркоманка'), оказывается обратной стороной обманутого доверия и разочарованной привязанности: *I suppose it's because I feel so damned sunk. Because this time Mama had me fooled. I really believed she had it licked. She thinks I always believe the worst, but this time I believed the best* [1, p. 142].

В ходе действия несколько раз встречаются ситуации, когда неразрешенные противоречия между героями переводятся в обвинения жизни, судьбы, прошлого, что в свою очередь снимает напряжение между персонажами. Например, сначала Мэри упрекает Джейми, что он плохо отзыается об отце, что он всегда видит в людях только плохие стороны, а потом тут же оправдывает его: *But I suppose life has made him like that, and he can't help it. None of us can help the things life has done to us. They're done before you realize it, and once they're done they make you do other things until at last everything comes between you and what you'd like to be, and you've lost your true self forever* [1, p. 52–53]. *It's wrong to blame your brother. He can't help being what the past has made him. Any more than your father can. Or you. Or I* [1, p. 55].

И все же, несмотря на то, что герои пьесы уверены в жесткой причинной обусловленности своих побуждений и поступков, снимающей с них ответственность за собственную судьбу и судьбу близких, они в меру своих нравственных сил борются против подступающего к Мэри безумия, против собственных слабостей. Тайроны отчаянно надеются, что все обойдется и им удастся сохранить семью, увидеть какую-то цель в будущем.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. O'Neill, E. Long Day's Journey into Night / E. O'Neill. – URL: <https://ia801404.us.archive.org/28/items/in.ernet.dli.2015.182217/2015.182217.Long-Days-Journey-Into%20Night.pdf> (date of access: 20.02.2025).
2. Джебраилова, С. Поэтика и эстетика драматургии Юджина О'Нила // Американская драма XX века: (разработка концепции современной трагедии) : учебник / С. Джебраилова. – Баку : Азербайдж. ун-т яз., 2008. – 242 с. – URL: http://www.translit.az/ELEKTRON%20KITABXANA/ELMNEZERIMESELE/Svetlana_Jabrailova-Amerikanskaya_drama.html (дата обращения: 20.01.2025).
3. Коренева, М. М. Творчество Юджина О'Нила и пути американской драмы / М. М. Коренева. – М. : Наука, 1990. – 336 с.

Н. Н. СТОЛЯРЧУК

Беларусь, Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

ЖЕНСКИЕ ОБРАЗЫ В РОМАНЕ ДОННЫ ТАРПТ «ТАЙНАЯ ИСТОРИЯ»

Донна Тарпт известна как автор трех романов: «Тайная история», «Маленький друг», «Щегол». Произведения писательницы отличаются четкой структурой, детективным характером сюжета, многоголосием (полифонией), что обусловлено наличием нескольких точек зрения, представленных главными героями и самим автором. Писательница исследует внутренний мир персонажей, их мысли, поступки. «Тайная история» – роман, который несет в себе все характерные черты авторского повествовательного стиля. Книга начинается с упоминания убийства. Дальнейшее повествование – ретроспектива событий, приведших к нему, и его последствий. Это перевернутая детективная история, рассказанная одним из шести студентов, Ричардом Пэйпеном, который спустя годы размышляет о ситуации, приведшей к убийству их друга Эдмунда Банни Коркорана.

Рассмотрим женские образы, представленные в произведении. Их немного. Кроме студенток, которым в романе отводится второстепенная роль, следует отметить образы Камиллы Маколей и миссис Коркоран, мамы убитого Банни Коркорана.

Камилла Маколей – единственная девушка в компании студентов и сестра-близнец Чарльза. После того, как родители близнецов погибли в автокатастрофе, она и ее брат воспитываются бабушкой.

Девушка отличается элегантной красотой и силой характера. Отношение других студентов к Камилле двояко: ее присутствие оказывает как успокаивающее действие, так и является источником интриги, особенно для Ричарда, который увлечен ею. Она привлекает внимание сразу трех однокурсников такой чертой характера, как диссонирующая безмятежность. Иногда она удивительно спокойна (даже когда становится свидетелем убийства Банни), иногда чрезвычайно эмоциональна. Тем не менее, Камилла обладает сильным характером и оказывает значительное влияние на других членов группы.

Кроме этого, Камилла – способная студентка, имеющая богатый запас знаний. Уже на первом занятии она демонстрирует свою начитанность и образованность, читая наизусть отрывок из произведения Гомера. Ричард описывает ее так: «Свет из окна бил ей прямо в лицо. При таком сильном освещении большинство людей выглядит блекло, но ее чистые, четкие черты словно бы светились изнутри, так что от взгляда на нее перехваты-

вало дыхание» [1, с. 49]. Главный герой сравнивает ее с Афиной, описанной в «Илиаде». На вопрос преподавателя о том, чего человек желает на самом деле, Камилла отвечает «Жить». Тем не менее, Камилла, как и остальные члены группы, участвует в убийстве Банни Коркорана. Основной мотив – избавление от шантажа Банни. Однако на протяжении всего повествования чувства и мотивы поступков Камиллы остаются не до конца понятными, что делает ее одним из самых сложных персонажей романа.

В конце произведения ее жизнь меняется значительно. Камилла вынуждена вернуться к бабушке, чтобы ухаживать за ней. «Видел бы ты, как я сейчас живу. Я ухаживаю за бабушкой, веду дом, на большее не остается ни времени, ни сил. У меня фактически нет друзей. Не помню даже, когда я в последний раз брала в руки книгу» [1, с. 586]. Она отвергает помочь Ричарда и остается одинокой. Возможно, это и есть наказание за участие в преступлении.

Образ матери Банни Коркорана не раскрывается подробно. Она появляется лишь эпизодически, и о ней известно немного. В начале повествования мы узнаем о ней из рассказов самого Банни, которые могут быть не всегда правдивы, а отражают скорее его эмоции, чем факты. Банни вырос в состоятельной семье, которая проживает в роскошных условиях. Однако, отношения Банни с его матерью, а, возможно, и другими членами семьи, не были теплыми и дружелюбными, т. к. зачастую он говорит о них саркастически. Фамилия Коркоран часто появляется в газетных статьях. Там миссис Коркоран характеризуется как «яркая, элегантная женщина, образцовая мать семейства» [1, с. 419]. Не удивительно, что после смерти сына она больше беспокоится о своей репутации и о том, не был ли Банни пьян, а не о потере. «Нет, не сына оплакивает она. Она оплакивает позор, сизошедший на ее дом» [1, с. 418]. Так, в описании подготовки к похоронам Банни можно отметить, что миссис Коркоран уделяет внимание всем внешним атрибутам (цветы, одежда, еда), и ни разу не говорит о своих чувствах. «Нам, конечно, сейчас очень нелегко. Столько хлопот навалилось» [1, с. 427]. Образ миссис Коркоран скорее важен для понимания характера самого Банни. ее отсутствие в его жизни может говорить о его одиночестве и уязвимости.

Таким образом, среди многочисленных героев романа «Тайная история» можно выделить образ Камиллы Маколей, которая, отличаясь сильным характером и высокими интеллектуальными способностями, влияет на поведение своих однокурсников, но вместе с ними участвует в преступлении. Образ миссис Коркоран не несет сюжетной нагрузки, но важен для понимания характера и эмоционального состояния Банни.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Тартт, Д. Тайная история / Д. Тартт. – М., 2019. – 592 с.

Ю. А. ТИЩЕНКО

Беларусь, Брест, БГУ имени А. С. Пушкина

**ИГРА В ЖИЗНЬ В РОМАНЕ О. УАЙЛЬДА
«ПОРТРЕТ ДОРИАНА ГРЕЯ»**

Принцип игры определил философское содержание ряда вершинных произведений английской литературы. Игра – это более чем художественный прием или сюжетная модель. Сущность игры составляют правила и порядок, предписывающие определенное заполнение игрового пространства. Можно выделить различные игровые статусы участников игры: игрок – творец игры, игрушка, т. е. ведомый и ведущий, причем оба из них могут являться одновременно и кукловодом и куклой, осознанно или подсознательно, не отдавая себе в этом отчет [1, с. 5].

Ярким примером воплощения игры в жизнь является роман Оскара Уайльда «Портрет Дориана Грея», который вышел в свет в 1900 г. и вызвал споры. В буре, разразившейся вокруг романа, как в капле воды отразилась специфика конфликта между художником позднеромантической ориентации и его аудиторией. Уайльд утверждал, что спорить о том, сколь «нравственно» или «безнравственно» то или иное произведение искусства – значит демонстрировать полнейшее непонимание природы художественного творчества и его законов. Ведь искусство, не уставал напоминать Уайльд, никогда не отражает жизнь: оно отражает зрителя.

В центре романа судьба беспечного молодого человека, Дориана Грея, который своей красотой покоряет и располагает к себе людей. Дориан живет в собственном игровом мире, который пересекается с играми других персонажей. До встречи с лордом Генри Дориан не осознавал своей красоты, не ценил свою молодость и совсем не задумывался о том, что будет с ним, когда он постареет. Он оказался игрушкой в руках лорда Генри, который позволил Дориану взглянуть на мир по-новому, почувствовать относительность всего существующего и возможность совершенно иного миропорядка. Лорд Генри изначально занял позицию игрового лидера во взаимоотношениях с Дорианом, и молодой человек стал для него объектом исследований. Лорд Генри намеренно начинает внушать Дориану свои идеи и теории. Он направляет молодого человека на путь полный грехов, искушений, страстей и желаний.

Для лорда Генри игра – это осознанная форма жизнедеятельности, в которой процесс важнее результата. Он не зависит от господствующей точки зрения на мир других людей, от всего привычного и общепринятого. У него есть «наборы поведения» с окружающими его людьми, которые он выбирает в зависимости от ситуации. Он с радостью, руководствуясь своими сию-

минутными желаниями, отменяет запланированный ужин, на ходу придумывая отговорку, и остается там, где ему интереснее. С людьми, которые ему симпатизируют, он весел и остроумен, а с назойливыми – саркастичен и придирчив. Будучи искусным оратором, Генри играет словами, фразами, переворачивая простые истины с ног на голову, придавая им новый смысл, и тем самым вызывая в Дориане бурю эмоций и новых ощущений. Лорд Генри придал осозаемую и зримую форму неопределенным мечтам Дориана, ловко манипулируя молодым человеком. Мастер остроумия и знаток человеческих душ восхищается своим воздействием на юношу, цинично наблюдая за поразительными изменениями, происходящими с Греем и радуясь тому, что Дориан, как губка, впитывает все то, что он ему говорит.

Помимо влияния лорда Генри Дориан Грей невольно оказался игрушкой в руках всеобъемлющей Красоты и Молодости и ради того, чтобы оставаться вечно молодым, он «продал душу дьяволу». Увидев свой портрет, пылающий молодостью и страстью юности, он пожелал, чтобы вместо него старел его портрет, а сам Дориан сохранял молодость и красоту.

Взаимоотношения Дориана и Бэзила складываются так, что Бэзил поддается влиянию Дориана Грея, который становится его идеалом в искусстве. Художник сознательно оказывается игрушкой в руках юноши и готов безусловно следовать его капризам, лишь бы Дориан позировал ему. Художник боготворил Дориана и не смог уберечь его от губительного влияния лорда Генри. Ведь знакомство и первый разговор с последним состоялись лишь потому, что Бэзил не хотел, чтобы Дориан скучал.

Следующим персонажем, играющим по правилам Дориана, является Сибила Вэйн. Молодой человек влюбляется в нее, а точнее в героинь, роли которых она исполняет. Сама Сибила любила не жизнь, а игру. Когда она находилась на сцене в той или иной роли, влияние театрального миоощущения на мышление людей было непреодолимо, своим талантом и мастерством она заставляла их как бы отрекаться от своего официального положения и воспринимать мир в театральном аспекте. Она никогда не бывала сама собой, а представляла то в роли Джульетты, то в роли Имоджены. Дориан, добиваясь любви молодой актрисы, заставил ее жить настоящей жизнью. Влюбившись, Сибила не смогла играть любовь на сцене. Сибила не сумела пережить и расставание с Дорианом, покончив жизнь самоубийством. Девушка умерла в стенах театра (словно играя роль Джульетты), приняв яд.

Мисс Вэйн, мать Сибили, будучи актрисой в молодости, осталась актрисой в жизни. Она обыгрывала все семейные проблемы, словно в театре, представляя, как та или иная сцена смотрелась бы из зрительного зала, вспоминая эффектные реплики из пьес. Сын мисс Вэйн – полная противоположность героиням. Джеймс ненавидел театр и различные роли, которые

играла Сибила и ее мать. Он не приукрашал жизнь, не играл ролей и не носил масок. Жизнь его оборвалась трагично: он умер от выстрела, предназначенного не ему. Смерть настигла его в тот момент, когда он был близок к тому, чтобы отомстить обидчику его сестры. Судьба сыграла с ним жестокую игру, в очередной раз спасая Дориана.

В конечном итоге Дориан Грей, утонув в своих грехах и перенасытившись ими, пытается встать на праведный путь. Но даже оставаясь наедине с зеркалом своей души он играет и лицемерит, перебирая роли, которые выгоднее всего подошли бы ему в сложившейся ситуации. Дориан требует изменений от портreta. Ведь он пощадил Хэтти Мэртон, хотя и признает, что сделал это из любопытства и тщеславия. Одев маску благородства, Дориан попробовал поиграть в доброту, не понимая, что невозможно обмануть себя и играть с собственной душой. Дориан находит виновного в своих бедах – портret, нежелавший меняться, и решает избавиться от него.

Как известно, всякое излишество ведет за собой наказание. Дориан Грей не смог найти равновесие между телом и душой, и земные страсти увели его на греховный путь. Дориан погубил свою душу и погиб сам, заплатив за вечную молодость ценой многих жизней, так и не научившись ничему в игре-созидании человеческих отношений. Оскар Уайльд опускает занавес после последнего акта игры-жизни Дориана, когда последний пытаясь убить портret, убивает себя.

Таким образом, в романе Оскара Уайльда «Портрет Дориана Грея» игра является основным структурным принципом, определяя стратегию жизненного поведения героев, основные конфликты произведения, определяя игровое начало как важнейшую характеристику существования.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Попова, С. В. Игра как структурный элемент в романах С. Моэма : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.01.05 / Попова Светлана Владимировна ; Казах. гос. нац. ун-т им. Аль-Фараби. – Алматы, 1996. – 22 с.
2. Уайльд, О. Портрет Дориана Грея / Оскар Уайльд ; пер. с англ. Д. Целовальниковой. – М. : ACT, 2017. – 320 с.

Н. И. ХОМУТСКАЯ
Россия, Коломна, ГСГУ

НЕМЕЦКОЯЗЫЧНЫЙ КОРОТКИЙ РАССКАЗ: ВЗГЛЯД ИЗВНЕ И ИЗНУТРИ

Мир находится в постоянном движении, которое то увеличивает свой темп, то замедляет, как бы давая время человечеству в целом и писателю

в частности на размышление. Среди множества жанров в немецкоязычной литературе особое место занимает жанр немецкоязычного короткого рассказа. Несмотря на то, что данный жанр появился в немецкоязычной литературе несколько веков назад, свое истинное развитие он получил только после 1945 г., поэтому его относят к относительно молодому литературному жанру. Немецкоязычному короткому рассказу присуща некая загадочность и завуалированность. «Она [короткая история] является собой нечто, что не поддается никакому определению. Невозможно сказать, какой она должна быть, гораздо легче удается сказать, какой в своем многообразии она может быть» [1, с. 305]. Обращение писателей к данной форме повествования вызвано рядом причин. Именно в переломный период после окончания Второй мировой войны короткий рассказ, первоначально похожий на «бытовые зарисовки», нашел отклик в литературной жизни, оказавшисьозвучным идейным запросам послевоенного поколения. Массы читателей ждали появления нового жанра, который будет в состоянии оперативно, в небольшом объеме описать и выразить наметившиеся в то время перемены в жизни общества. Совершенно справедливо утверждение исследователя Е. М. Мелетинского о том, что «расцвет малых жанров нередко падает на переломные эпохи и либо предшествует формированию больших эпических форм, либо следует за их частичным упадком» [3, с. 3]. Важным моментом в развитии немецкоязычного короткого рассказа стало обращение к данному жанру известных немецких писателей Группы-47.

Р. Конрад утверждает, что возникшая в Германии после 1945-го г. форма короткого рассказа стремительно стала абсолютно «немецким» жанром благодаря концентрации на актуальной для страны проблематике и возможностям немецкого языка [1, с. 310].

На процесс активизации указанного жанра в немецкоязычной литературе XX в. повлиял определенный ряд социальных факторов, одним из которых стал другой подход к личности и ее отношение к миру.

Одна из особенностей немецкого короткого рассказа, которая привлекает внимание, – все самое важное, что хочет донести автор до читателя, зашифровано между строк, и для понимания основного содержания текста поверхностного анализа недостаточно. Поэтому авторы теоретических исследований немецкого рассказа отмечают его закодированность и неоднозначность, что выражается в наличии подтекста, намеков и пропусков. Язык немецкоязычного короткого рассказа тщательно выверен и лаконичен.

Свои взгляды на ситуацию в послевоенной Германии и других немецкоязычных странах, свое видение развития истории этих стран отобразили в коротких рассказах Генрих Бёлль, Ганс Вернер Рихтер,

Альфред Андерш, Вольфганг Кёппен, Зигфрид Ленц, Гюнтер Грасс, Анна Зегерс, Герман Кант, Франц Фюман, Макс Вальтер Шульц, Дитер Нолль (Германия); Ф. Дюрренмат, М. Фриш (Швейцария).

И все это составляет часть взгляда извне.

С точки зрения семантики (взгляд изнутри), главной особенностью данного жанра является высокая степень коннотации слов и выражений, значение которых раскрывается в контексте.

Э. Гермес выделяет четыре основных элемента в содержании любого текста [2, с. 1]:

1. События и действия, о которых идет речь.
2. Персонажи, которые переживают данные события и совершают определенные действия.
3. Время, когда происходят события.
4. Место и пространство как окружающий мир героев.

Мы можем предположить, что центральным элементом содержания короткого рассказа является событие, вокруг которого организуются остальные элементы.

Рассмотрим мир изнутри в немецкоязычном коротком рассказе на примере произведения нобелевского лауреата Г. Гессе *Märchen vom Korbstuhl* («Сказка о плетеном стуле»).

Бросается в глаза название рассказа *Märchen vom Korbstuhl*, а точнее слово в нем – «сказка». Перед прочтением может показаться странным, что писатель в XX в. пишет сказки. Как известно, литературная сказка, несмотря на авторство, тесно связана с народным фольклором. XX в. был насыщен историческими событиями, и этот жанр вряд ли был востребован. Однако из содержания мы понимаем, что говорящий стул, которому главный герой указывает на нескладность и кривобокость, лишь плод его воображения, а возможно говорящее с ним внутреннее Я, которое прекрасно осознает ошибки своего хозяина и пытается таким образом обратить его внимание на них.

Главный герой сравнивает обычный, неприметный плетеный стул с самим Сатаной: *Du Satan von einem Korbstuhl*.

Сатана – религиозно-мифологический персонаж, верховный дух зла, властелин ада, подстрекатель людей к совершению греха, известный как Дьявол, Люцифер, Вельзевул, Мефистофель, Воланд.

Совершенно очевидно, что автор с иронией относится к данной ситуации. Действительно, как обычный стул мог заставить главного героя совершить роковую ошибку и быть исчадием ада.

«Сказка о плетеном стуле» рассказывает нам историю одного молодого художника, который хотел стать известным и писать такие полотна, как многие знаменитые во всем мире живописцы. Об одном из голландских

художников, имя которого автор не указывает, он прочитал в книге: *Er laßt, daß dieser Maler von einer wahren Leidenschaft, ja Raserei besessen sei, ganz und gar beherrscht von dem einen Drang, ein guter Maler zu werden... Unter anderem las er, wie jener Holländer bei schlechtem Wetter, wenn man draußen nicht malen konnte, unentwegt und voll Leidenschaft alles, auch das geringste, abgemalt habe, was ihm unter die Augen gekommen sei.* – «Он прочитал, что этот художник был одержим великой страстью, доходившей до безрассудства, – он горел желанием стать хорошим художником... В частности, он узнал, что в плохую погоду, когда нельзя было писать на природе, этот голландец неустанно и усердно срисовывал все предметы, даже самые незначительные, которые попадались ему на глаза».

Ознакомившись с биографией известных голландских художников, выявив сходства с деталями, описанными в рассказе можно сделать вывод о том, что речь идет о Винсенте Виллеме Ван Гоге – художнике эпохи постимпрессионизма XIX в.

Все описанное, связанное с содержанием рассказа, и представляет взгляд изнутри, который тесно переплетается с закодированностью замысла писателя. Именно закодированность смысла побуждает читателя задуматься, обратиться к другим источникам чтобы понять замысел писателя.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Аверинцев, С. С. Риторика и истоки европейской литературной традиции / С. С. Аверинцев. – М. : Шк. «Яз. рус. культуры», 1996. – 448 с.
2. Баязитова, Ю. И. Интерпретация авторского замысла в тексте немецкого короткого рассказа (на материале рассказа М. Л. Каэнитц «Der Strohhalm») / Ю. И. Баязитова // Гуманитарные научные исследования. – 2012. – № 5. – URL: <https://human.snauka.ru/2012/05/1216> (дата обращения: 14.03.2025).
3. Мелетинский, Е. М. Историческая поэтика новеллы / Е. М. Метелинский. – М. : Наука, 1990. – 275 с.

Ю. Д. ШАБУНЯ

Беларусь, Новополоцк, ПГУ имени Евфросинии Полоцкой

ОБРАЗ ЗАМКА В РОМАНЕ А. РАДКЛИФ «ИТАЛЬЯНЕЦ»

С именем английской писательницы, одной из основоположниц готического романа, Анны Радклиф (*Ann Radcliffe*, 1764–1823) связано развитие «женской» готики. Творчество А. Радклиф сформировалось под влиянием идей сентиментализма. Писательнице принадлежит также введение в повествовательную структуру произведений различных видов страха, таких как страх-отвращение (*horror*) и страх-притяжение (*terror*) [1]. Один из самых известных романов А. Радклиф – «Итальянец, или Исповедь кающихся-

ся, облаченных в черное» (*The Italian, or the Confessional of the Black Penitents*, 1797) относится к сентиментальной готике и является откликом на роман М. Г. Льюиса (*Matthew Gregory Lewis*, 1775–1818) «Монах» (*The Monk*, 1796) [2].

Образ замка играет важную роль в творчестве А. Радклиф, имеет особую характеристику и отличается набором определенных функций. Тяготение А. Радклиф к смешению мрачного и пугающего с романтическим и изящным формирует образ замка в ее творчестве. Во многих произведениях писательницы замок играет огромную роль, т. к. в нем происходят основные события. При описании художественного пространства замка А. Радклиф изображает мрачные помещения, заброшенные подвалы, старинные артефакты. События произведений писательницы происходят преимущественно ночью, что привносит в повествование эффект таинственности и загадочности.

Замок в романе А. Радклиф «Итальянец» является шаблонным с точки зрения готической традиции: «Обломки массивных стен, в которых все еще сохранились отверстия для лучников, были всем, что теперь напоминало о военном прошлом этого строения. Терраса вела к сторожевой башне, которая располагалась на противоположном утесе и была скрыта в густых соснах, и, таким образом, служила надежной защитой и линией сообщения между крепостью и аванпостом»¹ (здесь и далее перевод наш. – Ю. Ш.). Замковое строение является старым и мрачным, дистанцируется от окружающего мира, что создает многослойность художественного пространства. Замок является символом прошлого, на что указывает предметный мир произведения: автор использует предметы и описывает части замка, относящиеся к средневековью – факелы, оконные решетки, письма, руины, башни. Таким образом, замок в «Итальянце» аккумулирует историческую и культурную память.

Действие романа происходит в Италии XVIII в. Живописные пейзажи в сочетании с историческими и культурными элементами, замки и монастыри создают мрачный фон и хронотоп в произведении. В романе «Итальянец» А. Радклиф описывает не только замок, но и строения религиозного значения – церкви Санта-Мария дель Пьянто, Сан-Лоренцо и монастырь Санта делла Пьета.

При этом А. Радклиф использует различные детали, такие как непроглядный мрак, темные развалины, особое состояние природы (горящие закаты, пурпур туманных горных вершин, тусклый сумеречный свет и т. д.); включает в ткань повествования звуковые и цветовые эффекты, основан-

¹ «Some remains of massy walls, that still exhibited loops for archers, were all that now hinted of its former use. It led to a watch – tower almost concealed in thick pines, that crowned the opposite cliff, and had thus served not only for a strong battery over the road, but, connecting the opposite sides of the defile, had formed a line of communication between the fort and this out – post» [3, p. 11].

ные на контрастах: громкие звуки и звенящую тишину, свет в помещениях и кромешную тьму подвалов. Творчество А. Радклиф отличается обилием художественных средств, психологически воздействующих на читателя при помощи приема саспенса, который достигается посредством нагнетания ужаса и длительного ожидания пугающего события: «В этом самом месте! В этой самой камере! О, какие страдания видели эти стены! И что им еще предстоит увидеть!»¹.

Замок в «Итальянце» является своего рода тюрьмой, вызывая состояние тревожности для отдельных персонажей: «Эллене часто прислушивалась к далеким голосам тюремщиков, которые можно было расслышать сквозь прерывистый плеск волн, громко и глухо разбивавшихся о берег. И каждый раз, когда скрипели дверные петли их комнаты, она боялась, что они идут к ней»². Писательница рассуждает на тему ограниченности женщины в правах и повиновении мужчинам. Главной героине романа Эллене удается избежать нахождения в замке и устроить личную жизнь так, как хочется ей, а не отцу.

Художественные особенности романа А. Радклиф позволяют говорить о многозначности образа замка. Замок, являясь отдельным образом в произведении, олицетворяет прошлое и выполняет функцию тюрьмы. Автор использует различные художественные детали (преимущественно предметные и пейзажные), цветовые и звуковые эффекты, придающие произведению готическую атмосферу. Метафорическое разрушение замка в романе «Итальянец» является символом победы добра над злом, а также обретения свободы главной героиней произведения. Одной из характерных черт замка А. Радклиф является то, что он представляет собой точку соприкосновения добра и зла, а также является местом, где судьба человека предрешена.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Radcliffe, A. On the Supernatural in Poetry / A. Radcliffe. – New Monthly Magazine and Literary Journal. – Vol. 16. – № 1 (1826). – P. 145–152.
2. Groom, N. Introduction / N. Groom // The Italian, or The Confessional of the Black Penitents: a romance / Ann Radcliffe. – Oxford : Univ. Press. – 2017. – P. 9–41.
3. Radcliffe, A. The Italian, or The Confessional of the Black Penitents / A. Radcliffe. – London : Penguin Books, 2000. – 548 p.

¹ «On this very spot! in this very chamber! O what sufferings have these walls witnessed! What are they yet to witness!» [3, p. 84].

² «She listened often to their distant voices, as they were distinguishable in the pauses of the surge, that broke loud and hollow on the shore; and every time the creaking hinges of their room door moved, apprehended they were coming to her» [3, p. 129].

МЕЖЪЯЗЫКОВАЯ И МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Е. Л. БАНИКОВА

Беларусь, Минск, ВА РБ

ПРЕИМУЩЕСТВА И ТРУДНОСТИ МЕЖКУЛЬТУРНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ В РАЗВИТИИ СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА

Глобализация, охватившая самые разные стороны общественных отношений, сегодня определяет основу жизни мирового сообщества: его экономический, социальный, информационный, культурный компоненты. Современный цивилизованный мир невозможно представить вне связи между различными культурами со своими ценностными установками, ориентирами и укладом жизни. Сохранение и дальнейшее развитие современной цивилизации связано с необходимостью культурного взаимодействия между народами, что и является задачей межкультурной коммуникации в современном мире.

Межкультурная, или кросс-культурная, коммуникация – это общение представителей разных национальностей и стран. Она состоит из языка, этикета и норм поведения участников коммуникации. Определенные символы, коды и знаки отдельной культуры определяют особенности поведения людей, которое представляется нам иррациональным и противоположным тому, что мы считаем очевидным. Поэтому для понимания и принятия иного поведения необходимо обладать качеством межкультурной восприимчивости, наличие которой является актуальным для современного поликультурного общества. Межкультурное понимание является важным, т. к. стимулирует интерес к изучению культур других стран.

Межкультурное взаимодействие представителей разных народов дает возможность успешно развиваться всем культурам на основе общепризнанных гуманных ценностей, таких как забота, сочувствие и взаимность, уважение и ответственность, доброта и достоинство, открытость и критическое восприятие, а также поддерживает новые и позитивные формы межкультурного поведения. Эффективная межкультурная коммуникация способствует установлению международного сотрудничества, пониманию и разрешению конфликтов. Дипломатические навыки, основанные на уважении различий и культур, помогают строить взаимовыгодные отношения и улучшать взаимопонимание между разными странами и народами.

Соответственно, межкультурная коммуникация – это набор практических навыков, которыми необходимо владеть современному человеку, чья

профессиональная и повседневная деятельность связана с осуществлением контактов между представителями различных культур. Практические потребности в межкультурной коммуникации реализуются вследствие бурного экономического развития многих стран и регионов, в результате которого увеличиваются контакты между представителями разных культур. Немаловажными сферами межкультурной коммуникации являются также образование, наука и туризм [1, с. 98].

Однако при взаимодействии с людьми других культур могут возникать барьеры, которые затрудняют понимание и эффективное взаимодействие. Кроме культурного барьера одной из основных проблем межкультурной коммуникации является языковой барьер. Когда люди говорят на разных языках, они могут испытывать трудности в понимании друг друга. Это может привести к недопониманию или даже конфликту. Важной составляющей является также и невербальная коммуникация. Невербальные средства коммуникации, такие как жесты, мимика, интонация и т. д., могут иметь различное значение в разных культурах. Но эти барьеры преодолеваемы. Для решения проблемы языкового барьера необходимо улучшить знание языка. Для преодоления культурного барьера необходимо изучать культурные особенности и нормы поведения других культур. Для преодоления невербального барьера необходимо изучать невербальные средства коммуникации других культур и учитывать их при общении [2, с. 2].

Из всего вышесказанного можно сделать вывод: данная тема не должна терять актуальности. Вопросам межкультурной коммуникации необходимо уделять более глубокое, более пристальное внимание. Поэтому фразу «Красота спасет мир» вполне можно перефразировать в следующую – «Культура спасет мир» [3, с. 132].

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бергельсон, М. Б. Межкультурная коммуникация как исследовательская программа: лингвистические методы изучения кросскультурных взаимодействий / М. Б. Бергельсон // Вестник Московского университета. Серия 19, Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2001. – № 4. – С. 54–69.
2. Крайнюкова, А. К. Особенности и специфика межкультурной коммуникации / А. К. Крайнюкова, Ю. А. Нижельская // Вестник науки. – 2023. – № 6 (63). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-i-spetsifika-mezhkulturnoy-kommunikatsii> (дата обращения: 28.01.2025).
3. Селюжицкая, Л. Н. Основные модели межкультурной коммуникации и их влияние на межкультурное общение / Л. Н. Селюжицкая // Язык и межкультурная коммуникация: современные векторы развития : сб. науч. ст. по материалам I Междунар. науч.-практ. конф., Пинск, 12 апр. 2019 г. / Полесский гос. ун-т ; редкол.: К. К. Шебеко (гл. ред.) [и др.]. – Пинск, 2019. – Вып. 1. – С. 131–134.

А. А. БУРОВ

Беларусь, Брест, БГУ имени А. С. Пушкина

**ХУДОЖЕСТВЕННЫЙ ПЕРЕВОД В ЭПОХУ
ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА: ОСОБЕННОСТИ
ПЕРЕВОДЧЕСКИХ СТРАТЕГИЙ**

Художественный перевод как область лингвистики и искусства всегда требовал от переводчика не только глубокого знания языков, но и способности передать культурный контекст, эмоциональную глубину и стилистическую уникальность оригинала. С развитием искусственного интеллекта (далее – ИИ), в частности нейронных машинных переводчиков (далее – НМП), таких как Google Translate, DeepL и др., возник вопрос о том, насколько технологии могут заменить человека в этой тонкой сфере. Современные технологии активно внедряются в процесс перевода, что вызывает дискуссии о качестве машинного перевода по сравнению с профессиональным переводом. Данный доклад посвящен сравнительному анализу перевода рассказа Вольфганга Борхерта «Кухонные часы», выполненного профессиональным переводчиком Людмилой Черной, а также версии, созданной нейронным переводчиком DeepL (как одним из лидеров в области НМП по состоянию на март 2025 г.). Особое внимание уделяется точности передачи содержания, сохранению стилистических особенностей авторского текста и способности передать эмоциональную атмосферу произведения.

Рассказ В. Борхерта «Кухонные часы» – это яркий пример послевоенной немецкой литературы, где важную роль играют не только сюжет и персонажи, но и стилистические особенности текста. Борхерт использует простой, но эмоционально насыщенный язык, чтобы передать трагедию войны и одиночество человека, потерявшего семью и цепляющегося за кухонные часы как символ утраченного дома. Ключевыми лингвостилистическими особенностями текста являются:

- простота синтаксиса: короткие, лаконичные предложения, которые создают эффект напряженности и эмоциональной глубины;
- повторы: использование повторяющихся фраз для усиления эмоционального воздействия;
- символизм: кухонные часы как символ утраченного времени и разрушенной жизни;
- эмоциональная насыщенность: текст наполнен чувствами одиночества, тоски и безысходности.

Для анализа нами были выбраны ключевые фрагменты рассказа в переводах Л. Черной и нейронного переводчика DeepL.

Так, в начальной сцене при описании внешности героя мы читаем: *Er hatte ein ganz altes Gesicht, aber wie er ging, daran sah man, dass er erst zwanzig war* [1]. Л. Черная переводит данную фразу следующим образом: *Лицо его казалось совсем старым, но по походке ему нельзя было дать большие двадцати* [2], а DeepL: *У него было очень старое лицо, но по тому, как он шел, было видно, что ему всего двадцать* [3]. В данном фрагменте Людмила Черная глубже вживается в интонацию повествования, подбирает речевые эквиваленты с учетом русской идиоматики, делая выбор в пользу более слаженной, но художественно выверенной конструкции. Фраза *ему нельзя было дать большие двадцати* звучит живо и приближена к разговорному русскому стилю. Она избегает дословного «было видно, что ему двадцать», которое звучит немного сухо. DeepL дает точный, но механически буквальный перевод: синтаксис *по тому, как он шел* – калька с немецкого *wie er ging*, и в русском он звучит излишне формально. Машинный вариант передает факты, но не атмосферу.

При описании кухонных часов в руках героя читаем: *Sie ist nur wie ein Teller, so mit weißem Lack. Aber die blauen Zahlen sehen doch ganz hübsch aus, finde ich* [1]. – *Они похожи на тарелку. Но эти голубые цифры, по-моему, все-таки красивы* [2]. – *Она просто как тарелка, с белым лаком. Но синие цифры выглядят довольно красиво, я думаю* [3]. Оригинал подчеркивает простоту и почти детское восприятие предмета – сравнение с тарелкой, лаконичность высказывания, вставка *finde ich* – важная стилистическая деталь, создающая эффект непосредственности. Л. Черная адекватно передает разговорность и эмоциональную окраску, использует разговорное *по-моему*, в то время как DeepL механически переводит *finde ich* как *я думаю*, что звучит рационально и книжно. Форма *выглядят довольно красиво* типична для английской структуры, но не для русского языка, к тому же ИИ допускает грамматическую ошибку, не различая множественного числа существительного «часы».

Вспоминая о матери, главный герой говорит: *Und sie machte ihre Augen ganz klein, weil ihr das Licht so hell war* [1], что Людмила Черная передает следующим образом: *И она щурила глаза, потому что свет был слишком ярким* [2], а DeepL – *И она сделала свои глаза очень маленькими, потому что свет был таким ярким* [3]. Это, пожалуй, наиболее показательный случай. Фраза *machte ihre Augen ganz klein* – образное, детское выражение, почти наивное, и именно в этом его сила. DeepL, стремясь к буквальности, переводит его дословно, что в русском языке воспринимается как грубая стилистическая ошибка. Л. Черная правильно угадывает синонимический перенос *щурила глаза*, что абсолютно соответствует ситуации и тону оригинала, при этом не теряя эмоциональной теплоты.

Нельзя не отметить полную семантическую идентичность перевода заключительной, кульминационной фразы рассказа *Jetzt, jetzt weiß ich, daß es das Paradies war* [1]. – *Теперь, теперь я знаю, что это был рай* [2], [3]. Оба перевода совпадают и точно отражают исходную реплику. Однако важно отметить, что контекст и интонация в оригинале пронизаны сдержанной меланхолией. DeepL формально передает текст, и в сочетании с другими менее стилистически точными фразами теряется эффект кульминации. У Л. Черной эта фраза читается как логическая и эмоциональная точка всей истории, органично вписывается в ритм рассказа. Даже при формальном совпадении отдельной реплики сила художественного перевода проявляется в создании общего интонационного поля.

Таким образом, мы можем утверждать, что профессиональный переводчик (в нашем случае Л. Черная), стремясь к эквивалентности на уровне формы, содержания и прагматического воздействия, применяет творческий подход, демонстрирует глубокое понимание структуры текста оригинала, сохраняет его эмоциональную окраску и стилистические особенности, адаптируя к русской разговорной и литературной традиции. В то время как ИИ (DeepL) использует алгоритмический подход, ориентированный на семантическую точность. Однако отсутствие интуитивного понимания эмоционального и культурного контекста приводит к потере стилистических нюансов и ослаблению художественного эффекта. При этом хоть он грамматически точен, но ограничен в способности передавать подтекст, стиль, интонацию, а склонность к калькированию часто нарушает естественность русской речи (порой нарушает речевые нормы).

Художественный перевод остается сложной задачей, требующей не только лингвистических знаний, но и творческого подхода. Нейронный машинный перевод, несмотря на свои достижения, пока не способен полностью заменить человека-переводчика, особенно в случаях, где важны стилистические и эмоциональные нюансы. Однако ИИ может стать полезным инструментом для предварительного перевода или обработки больших объемов текста. В будущем, возможно, сочетание человеческого творчества и технологических возможностей ИИ откроет новые горизонты в области художественного перевода.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Borchert, W. Die Küchenuhr / W. Borchert. – URL: https://teachsam.de/deutsch/d_literatur/d_aut/bor/bor_kuech_txt.htm (Zugriffsdatum: 18.02.2025).
2. Борхерт, В. Кухонные часы / В. Борхерт ; пер. с нем. Л. Черной. – URL: <https://www.litlib.net/bk/251507/read/39> (дата обращения: 18.02.2025).
3. DeepL Translate. – URL: <https://www.deepl.com/translator> (Zugriffsdatum: 18.02.2025).

М. У. ГУЛЬ

Беларусь, Брэст, БрДУ імя А. С. Пушкіна

ПАЎТОРНАЕ ЗАПАЗЫЧВАННЕ Ў СУЧАСНАЙ БЕЛАРУСКАЙ МОВЕ (НА МАТЭРЫЯЛЕ АНГЛІЦЫЗМАЎ)

У межах тэорыі намінацыі запазычванне іншамоўных адзінак з'яўляецца адным з асноўных спосабаў моўнага абазначэння. Запазычванне харкторызуецца матываванасцю, якая разумеецца як абумоўленасць значэння і формы адной адзінкі ад значэння і формы іншай адзінкі з пункта гледжання носьбітаў мовы, адпаведна, нематываванасць харкторызуецца адсутнасцю такой абумоўленасці [1, с. 104]. Запазычаныя слова маюць адметны тып матываванасці – міжмоўны. Гэты тып звязаны як з адноснай, так і з абсолютнай матываванасцю. З'яўленне запазычанняў, як і адносна матываваных слоў, абумоўлена існаваннем матывавальных моўных элементаў. Як і абсолютна матываваныя слова, запазычанні з'яўляюцца ў мове пры передачы першапачатковага гукавога рада [1, с. 43–44].

Паўторнае запазычванне – гэта праява ўзаемадзеяння двух спосабаў намінацыі: іншамоўнага запазычвання і развіцця мнагазначнасці. Паўторнае запазычванне азначае новую семантычную адаптацыю слова, якое ўжо было фармальна адаптавана ў мове-рэцыпіенце. Вынік новай семантычнай адаптацыі можа быць розным: пашырэнне семантычнай структуры слова ў складзе новага значэння або з'яўленне аманіміі.

Так, “Слоўнік новых слоў беларускай мовы” (аўтары-ўкладальнікі В. І. Уласевіч, Н. М. Даўгулевіч) кадыфікуе слова “бумер” са значэннем ‘аўтамабіль маркі BMW’ і з паметай, якая адносіць гэту адзінку да жаргоннай лексікі [2, с. 85]. Якая ж сувязь паміж нямецкай маркай BMW і гэтым словам? Справа ў тым, што спачатку кампанія BMW рабіла матацыклы, якія мелі шмат прыхільнікаў у Вялікабрытаніі. Канкурэнтам немцаў была бірмінгемская фірма BSA (Birmingham Small Arms Company), матацыклы якой назвалі “бізераі” (англ. *beezers*). Матацыклы BMW пачалі называць “бімерамі” (англ. *beater, bimmer*). Пасля Другой сусветнай вайны значэнне слова “бімер” пашырылася і на аўтамабілі [3]. Пры фанетычнай адаптацыі ў рускай мове слова аформілася як “бумер”, адкуль і было запазычана беларускай мовай. Пазней у беларускіх медыятекстах пачынае ўжывацца слова “бумер” са значэннем ‘чалавек, які нарадзіўся ў перыяд с 1946 па 1964 гг.’: *7 верасня ў крэатыўнай прасторы ДУ “Талачынскі ТЦСАН” адбыўся Адкрыты дыялог “З моладдзю на роўных”, фотасесія “З моладдзю на роўных” у рамках рэалізацыі раённага праекта “Прыгожас(т)ыльна”, а таксама музыкаліці-шоу “Бумеры і Зумеры”* (zviazda.by. 2022. 27 верас.). Прататыпам паслужыла англійская

двуухкампантная адзінка *baby boomer*, якая пры адаптацыі страціла першы кампанент.

Слова “зумер” таксама мае амонім. Згодна са “Слоўнікам іншамоўных слоў” А. М. Булыкі лексема “зумер” класіфікуеца як запазычанне з нямецкай мовы і мае значэнне ‘электрамагнітны прыбор для падачы гукавых сігналаў, выкарыстоўваеца ў радыётэхніцы, тэлефані’ [4, с. 502]. Пазней англійскай мовай запазычваеца слова *zoomer*, якое абазначае чалавека, які нарадзіўся ў перыяд з другой паловы 1990-х па першую палову 2010-х гг. (1997–2012). У англійскай мове слова *zoomer* утварылася спосабам словазліцця (блэндынга): (*Generation*) *Z* + (*baby b*)oomer. У цяперашні час у медыятэкстах на партале *zviazda.by* у асноўным ужываеца англіцызм “зумер”: *Сёлета 60 працэнтаў з амаль тысячы апытаных кампаній былі вымушаныя звольніць нанятых мени за год таму “зумераў” і шукаць ім замену сярод больш узроставых саіскальнікаў або за кошт унутраных перастановак* (*zviazda.by*. 2024. 22 лістап.). *Спецыялісты сцвярджаюць, што кожныя 15–20 гадоў фарміруеца новае пакаленне, якое мае свае адметнасці, сацыяльна-псіхалагічныя харкторыстыкі і погляды на жыццё. Іх аб'ядноўвае агульны культурны код і гістарычны кантэкст. Так, сучасная школа мае справу з пакаленнямі “зумераў” і “альфа”* (*zviazda.by*. 2023. 12 лют.).

У “Слоўніку новых слоў беларускай мовы”, падрыхтаваным В. І. Уласевіч, Н. М. Даўгулевіч фіксуеца англіцызм “мобінг” са значэннем ‘тое, што і флэшмоб’ [2, с. 227]. *Флэшмоб* вызначаеца як ‘акцыя, якая заключаеца ў хуткім з’яўленні ў адным месцы незнаёмых людзей, якія разам выконваюць бэссенсоўныя, на погляд іншых, дзеянні’ [2, с. 391]. Пазней слова “мобінг” паўторна запазычваеца з англійскай мовы (*mobbing*) з іншым сэнсам: ‘форма псіхалагічнага гвалту над асобай з боку групы’ і ў гэтым значэнні ўжываеца ў медыятэкстах: *Булінг, тролінг, мобінг... Чаму гэтыя з’явы, калі здзекваюцца з сабе падобных, сталі папулярнымі? Адкуль карані растуць? – Так праяўляеца каласальная ўнутраная незадаволенасць* (*zviazda.by*. 2020. 29 верас.). Слова “мобінг” у значэнні “флэшмоб” у медыятэкстах не выкарыстоўваеца.

Асаблівую цікаласць выклікаюць выпадкі, калі амонімы запазычваюцца ў розныя перыяды і з розных моў-крыніц. Але пасля фанетычнага пераафармлення гэтыя адзінкі супадаюць у гучанні. Так, у “Слоўніку іншамоўных слоў” А. М. Булыкі фіксуюцца амонімы “брас” (гал. *bras*) ‘снасць на марскім судне, якая прымацоўваеца да канцоў рэі і служыць для вярчэння яе ў гарызантальнай плоскасці’ і “брас” (фр. *brasse*) ‘стыль плавання на грудзях, пры якім рукі рухаюцца пад вадой’ [4, с. 247]. У 2019 г. у медыятэксте ўжываеца яшчэ адзін амонім “брас”; мовай-донарам у гэтым выпадку паслужыла англійская (прататып –

англ. *brass*): *Ніколі б не падумала, што пастаўлю ў плэер песню, якую сама выконваю, але гэта якраз той выпадак. Сучасная аранжыроўка, вельмі модны цяпер стыль брас – нападанне ў маладзёжную аўдыторыю на 100 працэнтаў* (zviazda.by. 2019. 31 жн.). У гэтым кантэксце слова “брас” мае значэнне ‘напрамак духавой музыкі, якую выконваюць аркестры, якія складаюцца толькі з медных духавых інструментаў’.

Яшчэ адным прыкладам можа паслужыць лексема “дамен”. У “Слоўніку іншамоўных слоў” А. М. Булыкі “дамен” вызначаецца як запазычанне з французскай мовы (фр. *domaine*, ад лац. *dominium* = валоданне) са значэнням: 1) ‘спадчыннае зямельнае ўладанне феадала ў сярэдневяковай Заходній Еўропе’; 2) фіз. ‘невялікі ўчастак у рэчыве, які адрозніваецца фізічнымі ўласцівасцямі ад астатняга рэчыва’ [4, с. 415–416]. Праз дзесяць гадоў кадыфікуеца амонім “дамен” (варыянт “домен”) як запазычанне з англійскай мовы (прататып – *domain*) са значэнням: 1) ‘частка рэсурсаў сеткі Інтэрнэт, якая кіруеца адным серверам’; 2) ‘тое, што і даменнае імя’ [2, с. 121]. У медыяекстах на медыяпартале zviazda.by шырока ўжываецца менавіта англіцызм “дамен”: *Асаблівыя праблемы таксама выклікае трансгранічнае выкарыстанне твораў у Інтэрнэце. Напрыклад, хтосьці ў іншай краіне без дазволу публікуе чужы твор, у сайта замежны дамен, але атрымаць да яго доступ фактычна можна з любой кропкі свету* (zviazda.by. 2024. 27 крас.); *Прайшоўшы рэгістрацыю, пацярпелы ўвёў дадзеная сваёй банкаўскай карты і чакаў паступлення грошай. Аднак мужчына не звярнуў увагі на адрас і дамен старонкі, на якой ён праходзіў рэгістрацыю і ўводзіў свае персанальныя даныя. Сайт аказаўся ашуканскім свету* (zviazda.by. 2022. 3 кастр.).

Такім чынам, паўторнае запазычванне ахоплівае і тыя выпадкі, калі слова запазычваюцца з розных моў, але пасля фанетычнага пераафармлення супадаюць у гучанні (напрыклад, брас, дамен); і тыя выпадкі, калі пэўнае слова запазычваецца паўторна, але з іншым значэннем (напрыклад, мобінг).

СПС ВЫКАРЫСТАНАЙ ЛІТАРАТУРЫ

1. Казкенова, А. К. Онтология заимствованного слова : монография / А. К. Казкенова. – М. : ФЛІНТА : Наука, 2013. – 247 с.
2. Уласевіч, В. І. Слоўнік новых слоў беларускай мовы / В. І. Уласевіч, Н. М. Даўгулевіч. – Мінск : ТетраСистемс, 2009. – 444 с.
3. Назаров, Р. Как «бумеры» называют в разных странах: 3 забавных никнейма BMW / Р. Назаров. – URL: <https://www.techinsider.ru/vehicles/1586157-kak-bumery-nazyvayut-v-raznyh-stranah-3-zabavnyh-nikneima-bmw> (дата обращения: 30.01.2025).
4. Булыка, А. М. Слоўнік іншамоўных слоў : у 2 т. / А. М. Булыка. – Мінск : БелЭн, 1999. – Т. 1 : А – Л. – 736 с.

Н. М. ГУРИНА

Беларусь, Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

**ЗАИМСТВОВАННЫЕ NOMINA AGENTIS
В СОВРЕМЕННОМ РУССКОМ ЯЗЫКЕ
(ПО ДАННЫМ ЛЕКСИКОГРАФИЧЕСКИХ СЛОВАРЕЙ)**

На рубеже ХХ и ХХI вв. лексика современного русского языка переживает очередной неологический бум. Обновляются целые участки лексико-семантической системы, и процессы, инициирующие это обновление, многообразны. В последние три десятилетия наиболее активно происходят процессы заимствования иноязычных слов.

Первые результаты этого процесса фиксирует созданный в 1998 г. «Толковый словарь русского языка конца ХХ века. Языковые изменения» под редакцией Г. Н. Скляревской [1]. «Любой толковый словарь по своему наполнению, – пишет О. П. Жданова, – это не только лингвистическое информационно-справочное издание, но и артефакт культуры, отражающий в своем содержании ту или иную идеологию» [2, с. 65]. С отменой социалистической идеологии общественно-политическая жизнь российского общества стала активно изменяться по образцу западных стран, и это обусловило возникновение новых явлений в социуме и заимствование их названий в русский язык. Подверглась сильному изменению номенклатура наименований лиц по профессии, по экономическому статусу, по увлечениям и развлечениям.

Поскольку в центре картины мира каждого времени находится человек, мы сосредоточили внимание на отмеченных в словаре новых иноязычных номинациях лица, возникших в связи с экстралингвистическими причинами. Группу личных номинаций иноязычного происхождения, соотносимых с реалиями нового общества, образуют слова разных микрогрупп: названия лиц по профессии, по социальному положению, по увлечениям и способу проведения досуга, по отношению к религии. Лексикографические источники зафиксировали динамику лексико-семантических процессов, связанных с данной тематической группой, и увеличение ее веса в современной публицистике.

Обратимся к количественным параметрам. В словаре под редакцией Г. Н. Скляревской 860 обозначений лиц, из них заимствованных 369 и 11 единиц из приложения, которое составляет неосвоенная лексика. Слова в приложении набраны латиницей. По данным этого словаря [1], выросла группа номинаций, касающихся участия людей в общественно-политической жизни. Это обозначения должностей (*вице-премьер, экс-губернатор, мэр, спикер*), партийной принадлежности и политических убеждений (*анархист, антиглобалист, антиельцинец, антиреформатор*,

баркашовец, басаевец, яблочник, гекачепист, демократ, длроверец, либерал, марксист, нацбол, лужковец, неосталинист, путинец, путчист, ура-патриот, фундаменталист, правозащитник). В этой подгруппе активными оказались приставки *анти-* и *нео-*, присоединяемые к русским корням, и слова с латинскими корнями и русскими словообразовательными формантами (суффиксами *ист-*, *ец-*, *ник-*).

Неологизмы не затронули обозначения лиц по национальности, но указали на социальный статус личности: *авторитет*, алкаш, альтернативник, афганец, бандюган, бедняк, беженец, бездомный, безработный, блатной, блокадник, боевик, бомж, босс, бугор, буржуй, бюджетник, валютчик, видеопират, возвращенец, воин-интернационалист, гастарбайтер, диссидент, дольщик, забастовщик, забугорник, заложник, идеолог, инакомыслящий, инсайдер, интеллектуал, конкурент, контрактник, креатура, лох, льготник, мажор, маргинал, мигрант, наблюдатель, невозвращенец, нелегал, номенклатурищик, олигарх, пайщик, переговорщик, пикетчик, подписант, посредник, пофигист, резидент, секс-турист, сетеголик, срочник, теневик, фанат, функционер, халявщик, чайник, шестерка, экстремал, юзер. В данной подгруппе 17 англицизмов.

На первом месте по количеству заимствований находятся общие и специальные названия, связанные с изменениями в экономическом строе, например: *бенефициар*, *акционер*, *андерайтер*, *аудитор*, *банкир*, *банкрот*, *бизнес-аналитик*, *биржевик*, *брокер*, *вкладчик*, *воротила*, *гарант*, *заемщик*, *инвестор*, *капиталист*, *картхолдер* (владелец карты), *кредитозаемщик*, *кредитор*, *маркетолог*, *мерчендайзер*, *миноритарий*, *монетарист*, *монополист*, *неплательщик*, *плательщик*, *страхователь*, *страховщик*, *трейдер*, *фискальщик*, *членок*, *вип-клиент*. В эту группу входит 19 англицизмов, в том числе и освоенных языком-реципиентом: *аудитор*, *брокер*, *банкир*, *инвестор*, *маркетолог*. Словарь новейших англицизмов [4] существенно дополняет эту группу указанием на новые денотаты: *девелопер*, *инноватор*, *рекрутер*, *риэлтор*, *сити-менеджер*, *супервайзер*, *франчайзер*, *фрилансер*, *эйчар*.

Изменилась и подгруппа, связанная с темой спорта: *бендинг*, *айкидоист*, *бело-голубые*, *бодибилдер*, *боксерша*, *бомбардир*, *боулингист*, *брейкер*, *вейкбордист*, *голеадор*, *дайвер*, *кайтер* (фристайлист), *капоэрист* (единоборец), *каратист*, *картингист*, *кёрлер* (кёрлингист), *кикбоксер*, *кипер* (голкипер), *легионер*, *мототриалист*, *пейнтболист*, *плеймейкер*, *раллийщик* (раллист), *сёрфер*, *скейтбордист*, *скайтерист*, *сноубордер* + *сноубордист*, *стоппер*, *ущуист*, *форвард*, *фудзалист*, *триалист* [1]. Эта группа вся составлена из англицизмов (32 единицы), в нее вошли два русских слова: *силовик* (тот, кто занимается гиревым спортом) и сложное слово *бело-голубые* (игроки в форме определенных цветов). Словарь англицизмов [4] дополняет эту подгруппу более свежими номинациями: *бодигард*,

кайтбордер, пейсмейкер, руфер. Интерес представляет и меньший по объему «Словарь новых иностранных слов», составленный В. Д. Скаковским для школьников [2]. Их него методом сплошной выборки мы извлекли 149 номинаций лиц. Семантико-денотативный состав этой подгруппы весьма пестрый. На первом месте номинации лиц по профессии: *айтишник, бебиситтер, букмекер, гастарбайтер, геймер, диджей, интернист, квазихакер, макрэкер, патимейкер, риск-тейкер, стрингер, титестер, шопер, юзер.*

В подгруппе «спорт» 8 единиц: *байкер, лайнсмен, легионер, пейсмейкер, страйкер, трейсер, форвард, сёрфоффил.* В подгруппе «экономика» также 8 единиц: *аудитор, бенефициар, бизнесвумен, джоббер, дилер, жирант, нерезидент, цессионарий.* В подгруппе «досуг» 15 единиц: *аниматор, бойфренд, гроуны, диск-жокей, зорбонавт, каве-гёрл, клаббер, мобер, плейбой, суперстар, топ-модель, фолловер, фрик, хедлайнер, хипстер.* По составу этих подгрупп мы видим, что автор не определился со словником, в который входил бы некий минимум новейшей лексики для школьников. Другая особенность этого словаря в том, что автор включил и французские заимствования: *кулисье, кутюрье, сомелье, шоколатье, рантье*, а суффикс *-ёр* образует отлагольные существительные от заимствованных основ: *импортер, контактёр, вояжёр, стриптизёр.*

Заимствования – это один из способов, позволяющий добиваться обновления языковой системы. Это неизбежный процесс в любом языке, происходящий вследствие накопления и обмена опытом между людьми. Результатом заимствований является обогащение языка, а также вытеснение одних слов другими, например, *конверсия* – преобразование, *стагнация* – застой. Нужно заметить, что массовые заимствования, обозначающие новые понятия, неизбежны и закономерны в переломную историческую эпоху. Обильный приток и активизацию заимствований не следует рассматривать как негативные явления в русском языке. Прежде всего потому, что они свидетельствуют об открытости лексической системы, о ее жизнеспособности. Причины активного иноязычного заимствования в последнее десятилетие XX в. имеют социальный характер и связаны с возрастающим объемом коммуникации на английском языке.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Жданова, О. П. Лингвоэкологический портрет толкового словаря начала XXI века / О. П. Жданова. // Экология языка и коммуникативная практика. – 2013. – № 1. – С. 54–72.
2. Скаковский, В. Д. Словарь новых иностранных слов / В. Д. Скаковский. – Минск : Белорус. ассоциация «Конкурс», 2018. – 368 с.
3. Толковый словарь русского языка конца XX века. Языковые изменения / гл. ред. Г. Н. Скляревская. – М. : Эксмо, 1998. – 1136 с.

4. Холжагельдыев, Б. Д. Иллюстрированный словарь английских заимствований в русском языке последних лет / Б. Д. Ходжагельдыев, О. С. Шурупова. – М. : Флинта, 2020. – 200 с.

И. Л. ИЛЬИЧЕВА

Беларусь, Минск, МГЛУ

ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ В МЕДИАОБРАЗЕ БРЕСТСКОГО РЕГИОНА

Представления жителей региона о современном мире и происходящих в нем процессах в значительной мере формируются посредством медийного контента [1]. Апеллируя к сознанию людей, современные средства массовой информации (далее – СМИ) доминируют на всех уровнях структуры общества [2; 3].

Формирование позитивного медиаобраза Брестского региона включает ряд составляющих, в том числе и человеческий потенциал. В данном случае житель региона выступает носителем образа региона, а общий посыл медийных публикаций заключается в акцентировании важной роли персонализации регионального имиджа – соотнесения территории с конкретными личностями, известными среди целевых аудиторий.

В региональных СМИ фиксируется значительное количество публикаций определенной тематической направленности: «образы успешных представителей разных сфер деятельности», «имена в истории Брестчины», «житель региона как человек труда».

Так, например, тематический проект **«Без гальштука»** представлен в районной Ганцевичской газете «Савецкае Палессе»: *Анатолий Ковиц: «Стараюсь жить по совести, поступать по-человечески»* (СП. 2022. 09 лістап.); *“Рабі людзям дабро – яно пакідае глыбокі след радасці”, – інтэрв’ю з Уладзімірам Столярам* (СП. 2022. 27 студз.); *“Вёска навучыла касіць і араць, думаць і дасягаць”, – Сяргей Бувака ў аўтарскім праекце “Без гальштука”* (СП. 2021. 25 лістап.); *Андрей Блащенко: «Если я – щит для семьи, то семья – щит для меня»* (СП. 2021. 23 лют.); *Иван Набешко: «Вы не увидите меня валяющимся на диване у телевизора»* (СП. 2020. 05 жн.).

Похожий проект **«1000 лет на всех»** был представлен в городской газете «Вечерний Брест»: *1000 лет на всех. Вера Монина, изобретательница (17 лет)* (ВБ. 2019. 01 янв.); *1000 лет на всех. Анна Шевчик, художница и дизайнер (21 год)* (ВБ. 2018. 30 дек.); *1000 лет на всех. Вероника Супрунюк, студентка БрГТУ, будущий архитектор (23 года)* (ВБ. 2019. 01 янв.); *1000 лет на всех. Алексей Ровнов, спасатель* (ВБ. 2019. 01 янв.); *1000 лет на*

всех. Андрей Богданович, главврач центра реабилитации «Тонус» (34 года) (ВБ. 2018. 31 дек.); *1000 лет на всех. Валерий Стадницкий, основатель компании «Бугинком» (51 год)* (ВБ. 2019. 02 янв.).

Более широко профессиональный потенциал жителей Брестчины позиционируется в областной газете «Заря», где представлены сразу два проекта «Собеседник» и «Время в лицах и цифрах»: «ОАО «Вознесенский – одно из лучших хозяйств Брестчины» (Заря. 2024. 20 нояб.); Юрий Голубев: «Университет – территория возможностей» (Заря. 2024. 26 окт.); Алёна КОВШ: «Совершенствовать то, что сегодня имеем» (Заря. 2024. 19 окт.); «Интервью с председателем Микашевичского горисполкома Александром Дедовичем» (Заря. 2024. 13 мая); «Интервью с директором Государственного архива Брестской области Анной Карапузовой» (Заря. 2024. 09 июня); «Интервью с главным врачом Лунинецкой ЦРБ Светланой Хлебус» (Заря. 2024. 05 июня). На примере приведенных заголовков газетных публикаций, можно видеть, что данный проект отличается от предыдущих тематическим содержанием и, как следствие, реализует различные прагматические установки: с одной стороны, это демонстрация человеческого ресурса как важнейшего компонента социально-экономического потенциала Брестского региона, а с другой, наглядный пример роли каждого жителя региона в продвижении Брестчины.

Все медиатексты, составляющие перечисленные тематические проекты, отличает ряд лингвистических средств (сегментированные синтаксические конструкции, оценочная лексика, глагольные группы, метафоры), которые выступают в роли инструмента, необходимого для осуществления процесса моделирования имиджа: «Проект “Собеседник”. Алексей Шевердин: “Главная наша задача – сохранить и приумножить кадровый потенциал”»; «крупнейший в регионе субъект инновационной инфраструктуры»; «ключевой показатель для всех – это инновационная деятельность»; «идут работы на первом производственном корпусе – ввести его в эксплуатацию планируем в марте».

На синтаксическом уровне активно используются глаголы прошедшего времени совершенного вида с перфектным значением: *Международный конкурс молодых дизайнеров «Адмиралтейская игла» покорился барабановичской студентке-модельеру* (Наш край. 2021. 19 мая); *«Александр Мошенский снова возглавил рейтинг наиболее успешных бизнесменов страны»* (ВБ. 2021. 04 февр.).

Оценивая профессионализм дирижера симфонического оркестра, авторы медиатекста проводят параллель с известным во всем мире оперным театром: *«Как в “Ла Скале” побывали. В Брестском театре чествуют дирижера симфонического театра Александра Сосновского»* (ВБ. 2020. 29 сент.).

Несколько иной тематический ракурс представлен в газете “Пінскі веснік” в рамках спецпроекта «Время Пинщины». Рубрика «Имена в истории Пинщины» посвящена достижениям уроженцев Пинщины в разные временные периоды. Рубрика выполнена в виде воспоминаний о выдающихся личностях, их вкладе в развитие района. В числе визуальных эффектов – видеосюжеты на YouTube канале: *М. Горошко «Маэстро хлебной нивы»; И. И. Шевчук – основатель виноградного дела на Полесье; В. В. Архангельский – всем медикам пример; Л. К. Тарасюк «Полесская разумница»; «Через упорный труд к успеху». В. Ф. Косько; Ф. И. Пастухов – «Руководитель послевоенного Пинска».*

Особый акцент в региональных СМИ сделан на идеологеме «человек труда». Стоит отметить, что, согласно статистическим данным по Брестской области, занятое в промышленности и сельском хозяйстве население составляет 40 %. Это обуславливает концепцию о том, что представители рабочих профессий задают вектор экономического развития Брестского региона.

В большинстве медийных публикаций люди труда – это труженики села и агропромышленного комплекса, фермеры, представители производственной сферы. В медийном кластере сочетание *человек труда* представлено рядом контекстуальных синонимов, которые формируют номинативное поле идеологемы: *лучшие труженики агропромышленной сферы, передовые аграрии, профессионал высокого уровня, специалист высшего ранга, новаторы производства.*

Районные газеты Брестской области ежегодно за указанный период представляют специальные выпуски, состоящие из десятков материалов, в которых показаны лучшие достижения местного агропромышленного комплекса.

В общественно-политической газете «Вечерний Брест» трудовая деятельность и достижения представителей производственных флагманов Брестчины регулярно позиционируются как особо значимые. Акцент делается на профессионализме жителей региона, их стремлении к карьерному росту, появлении новых профессиональных возможностей.

В качестве примера приведем цикл портретных интервью, в которых можно познакомиться с ведущими специалистами компании Bremor: *«Вячеслав Ботов начальник цеха № 5 компании Bremor: “Ценю движение во всех его проявлениях”»* (ВБ. 2023. 06 окт.); *«Начальник производственной лаборатории компании Bremor Наталья Лазовская: “Ценности компании совпадают с моими личными”»* (ВБ. 2023. 25 авг.); *«Надежда Гаврилюк, начальник бюро аналитики и маркетинговых исследований компании Bremor: “Спрос – ключевой показатель успеха продукта на рынке”»* (ВБ. 2025. 28 февр.); *«Начальник отдела по работе с персоналом компании Bremor Наталья Васина: “Каждый человек – уникален”»* (ВБ. 2024.

31 мая); «*Валентина Бельгош: “В профессии увидела отражение самой жизни”*» (ВБ. 2024. 29 нояб.). В портретном интервью акцент делается на профессионально-квалификационном потенциале Брестского региона, который включает в себя совокупность профессиональных умений и навыков трудоспособного населения Брестчины.

В центре внимания портретного интервью находится человек – житель региона. Целью портретного интервью является обсуждение не только актуальных фактов профессиональной деятельности, но и человека с его образом мыслей, системой ценностей: «*успех приходит к настойчивым*»; «*поразило новаторство BREMOR*» (ВБ. 2025. 28 февр.); «*важная часть корпоративной культуры BREMOR – забота о новичках*» (ВБ. 2024. 31 мая); «*миссия BREMOR благородна: “Создавая продукты питания, делаем жизнь лучше. Наш жизненный путь состоит из мелочей”*» (ВБ. 2024. 31 мая). Такой принцип организации материала позволяет структурировать вербальную канву текста, разделять ее на смысловые блоки, пояснить визуальный контент.

Таким образом, становится очевидным, что передовые производственные предприятия Брестчины выступают не только площадками аккумуляции научно-технического и промышленного потенциала, но и центрами высококвалифицированных кадров. Медиаобраз Брестчины в этом ключе представлен в качестве среды обитания, где проживают и успешно трудятся жители региона. Эффективное позиционирование известных личностей в структуре имиджевых коммуникаций, безусловно, обогащает конструируемый образ.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бондаренко, Е. В. Манифестираование имиджа региона средствами массовой информации : автореф. дис. канд. социол. наук : 22.00.06 / Бондаренко Елена Вениаминовна ; Ставропол. гос. ун-т. – Ставрополь, 2012. – 23 с.
2. Клушина, Н. И. Мультимедиальный код языка и его роль в политической лингвистике / Н. И. Клушина // Политическая лингвистика. – 2020. – № 6. – С. 19–25.
3. Вартанова, Е. Л. К чему ведет конвергенция СМИ? / Е. Л. Вартанова // Информационное общество. – 1999. – № 5. – С. 11–14.

В. В. КІВАКА

Беларусь, Брэст, БрДУ імя А. С. Пушкіна

ПРОПУСК СЛОЎ У МАСТАЦКІМ ПЕРАКЛАДЗЕ НЯМЕЦКАМОЎНАГА ТЭКСТУ

У структуры розных моў існуюць пэўныя неадпаведнасці. Чым больш аддалена адна мова ад іншай, тым больш адрозненняў паміж імі. Улічваючы

тое, што нямецкая і беларуская мовы аднолькава належаць да індаеўрапейскай сям'і, але ўваходзяць у склад розных, значна аддаленых адна ад адной груп (нямецкая да заходнегерманскай групы германскіх моў, беларуская да ўсходніх групів славянскіх моў), то і неадпаведнасцей паміж імі будзе шмат і гэта знайдзе адлюстраванне ў перакладах тэкстаў з нямецкай мовы на беларускую і наадварот. Мастацкі пераклад – гэта той, “які мае адносіны да формы мастацкіх твораў, сістэмы эстэтычных сродкаў і прыёмаў” [1]. Даследчыкі выдзяляюць у мастацкім тэксле, у першую чаргу, яго эстэтычны змест і эстэтычнае ўздзейнне на чытача. Нормы мовы мастацкага тэксту і мастацкага перакладу размытыя, што дазваляе перакладчыку карыстацца рознымі трансфармацыямі. Пропускі (ці апушчэнні) слоў адносяцца як да граматычных трансфармацый, калі ў тэксле перакладу апускаюцца граматыкалізаваныя элементы, так і да лексіка-семантычных, калі ўвогуле не перакладаюцца пэўныя лексічныя элементы арыгінала. Мы будзем разглядаць пропускі ці апушчэнні слоў у беларускім мастацкім перакладзе наведы Ш. Цвэйга “Амок”, зробленым У. Чапегам.

Найбольш часта ў беларускім перакладзе нямецкамоўнага тэксту сустракаюцца пропускі артыкля – катэгорыі, якая адсутнічае ўвогуле ў беларускай мове, а ў нямецкай служыць граматычным паказчыкам назоўнікаў. Неазначальны артыкль служыць для абазначэння канкрэтных, але няпэўных прадметаў у нямецкім тэксле. У наступным сказе беларускі перакладчык апускае яго, напрыклад: *...und ein Kranker ist immer lächerlich für die andern...* [2, с. 83]. – ...a (пропуск неазначальнага артыкля) хворы заўсёды смешны ў вачах другіх... [3, с. 155]. Аззначальны артыкль, які выкарыстоўваецца ў нямецкім тэксле для абазначэння пэўных прадметаў і з'яў, таксама можа быць прапушчаны ў беларускім перакладзе згодна з нормамі мовы, напрыклад: *ich strömte, verströmte in diesem ruhelosen Rausschen der mitternächtigen Welt* [2, с. 78] – я нібы растварыўся ў (гэтым – пропуск) неспакойным цурчанні (пропуск аззначальнага артыкля) начнога свету [3, с. 151]. Адзначым, што ў беларускім перакладзе могуць адсутнічаць і ўказальныя займеннікі з нямецкамоўнага арыгінала, напрыклад *dieser* ‘гэты’, што абумоўлена кантэкстуальна, бо вядома з папярэдняга альбо наступнага сказа і згодна з нормамі беларускай мовы не патрабуе колькіразовага паўтарэння. У перакладным сказе адбываецца таксама і іншая трансфармацыя – замена дзеясловаў-сінонімаў *strömte, verströmte* (‘струменіўся, рухаўся’ і ‘рухаўся, накіроўваўся’) на аўтарскі вобразны пераклад з адным дзеясловам *нібы растварыўся*.

Да граматыкалізаваных элементаў, якія апускаюцца ў беларускім перакладзе, належаць таксама нямецкія асабовыя займеннікі, выкарыстаныя для ўтварэння форм загаднага ладу. Параўнайце: *Aber warten Sie... warten Sie...* [2, с. 114]. – *Але пачакайце... пачакайце* (пропуск

асабовага займенніка *Sie*)... [3, с. 184]. Аднак такія граматычныя трансфармацыі, як пропускі артыклей ці займеннікаў, адпавядаюць граматычным нормам беларускай мовы.

У мастацкім перакладзе для захавання лексіка-семантычнай структуры мастацкага стылю арыгінальнага нямецкамоўнага тэксту перакладчык можа апусціць нават самастойную часціну мовы – дзеяслоў, напрыклад: *Nun wollte ich mirs übersinnen, zerteilen, ordnen* [2, с. 75] – *Цяпер я хацеў падумашь, (размеркаваць – пропуск) прывесці ў парадак свае ўражанні* (дабаўленне) [3, с. 148]. Пропуск дзеяслова-сіоніма ў перакладным беларускім тэксле можна патлумачыць густам перакладчыка, які карыстаецца адначасова некалькімі трансфармацыямі ў межах аднаго сказа, пропускам і адначасовым дабаўленнем слоў.

У беларускім перакладзе мастацкага тэксту часам апускаецца назоўнік або назоўнік з прыназоўнікам, якія ўжываюцца аўтарам з мэтай падкрэсліць месца дзеяння ў нямецкамоўным арыгінале, напрыклад: *Ich hielt mein Versprechen und erzählte niemandem an Bord von der seltsamen Begegnung* [2, с. 81] – *Я стрымаў абяцанне і нікому (на борце – пропуск) не расказаў аб дзівоснай сустрэчы* [3, с. 153].

Для большага эмацыянальнага ўздзеяння на чытача ў мастацкім тэксле часта выкарыстоўваюцца прыметнікі, пераклад якіх у беларускім тэксле не заўсёды захоўваецца, напрыклад: ...*aber der Amokläufer rennt ja mit leeren Augen, er sieht nicht, wohin er rennt...* [2, с. 107] – ...*але ў падганянага амокам (пустыя – пропуск) вочы нічога не бачаць, ён не заўважае, куды (ён – пропуск) бяжыць...* [3, с. 177]. У гэтым сказе назіраем адразу некалькі пропускаў слоў у спалучэнні з іншымі лексіка-семантычнымі і граматычнымі трансфармацыямі.

Пропуск у мастацкім перакладзе такой самастойнай часціны мовы, як прыслоўе, прыводзіць да пэўнай недакладнасці ва ўспрыманні тэксту арыгінала, напрыклад: *Ich kann nicht sagen, wie seltsam und schaurig das war, dies stumme Nebeneinandersitzen im Dunkeln, knapp neben einem, den man nicht sah* [2, с. 79] – *(Я – пропуск) не магу выказаць, як дзіўна і жудасна было (эта – пропуск) сядзець моўчкі ў змроку (амаль – пропуск) побач з чалавекам, якога я не бачыў* [3, с. 151]. Пропуск займеннікаў у гэтым перакладным сказе адбываецца ў адпаведнасці з нормамі беларускай мовы.

Для перадачы размовы ў мастацкім тэксле беларускі перакладчык можа прапусціць нават цэлую частку нямецкамоўнага сказа, парабаінаем: *Auch ich bin froh, hier ein paar stille Worte zu haben ... Nehmen Sie eine Zigarette?* [2, с. 83]. – *Я таксама рады пагутарыць тут, у цішыні... (Вы возьміце адну – пропуск) Цыгарэту?* [3, с. 155].

Такім чынам, у мастацкім перакладзе нямецкамоўнага тэксту на беларускую мову нярэдка адбываюцца трансфарматыўныя працэсы.

Пропускі артыкляў і займеннікаў з'яўляюцца найчасцей граматычнымі трансфармацыямі, якіх вымагаюць нормы беларускай мовы і якія не нясуць пэўных недакладнасцей для ўспрыння беларускім чытачом. Пропускі ў беларускім мастацкім перакладзе самастойных часцін мовы, такіх як дзеясловы, назоўнікі, прыметнікі, прыслоўі, звычайна прыводзяць да іншых трансфармацый на лексіка-семантычным і сінтаксічным узроўнях. Пропускам цэлай часткі нямецкамоўнага сказа перакладчык можа скарыстацца для захавання жанравай спецыфікі твора.

СПІС ВЫКАРЫСТАНАЙ ЛІТАРАТУРЫ

1. Тлумачальны слоўнік беларускай мовы : у 5 т. / АН БССР, Ін-т мовазнаўства ; пад агул. рэд. К. К. Атраховіча (К. Крапівы). – Мінск : Беларус. Савец. Энцыкл., 1977–1984. – 5 т.
2. Zweig, St. Der Amokläufer und andere Erzählungen / St. Zweig. – Frankfurt am Main : S. Fischer Verlag GmbH, 1984. – 208 S.
3. Цвэйт, Шт. Пякучая таямніца: Навелы / Шт. Цвэйт ; пер. з ням. і прадм. У. П. Чапегі. – Мінск : Маст. літ., 1994. – 496 с.

Ю. В. КНЯЗЕВА, Е. А. ЯСЮКЕВИЧ

Беларусь, Гродно, ГрГМУ

МОТИВАЦИЯ СТУДЕНТОВ МЕДИЦИНСКОГО ВУЗА К МЕЖКУЛЬТУРНОМУ ВЗАИМОДЕЙСТВИЮ

Глобализация и растущая мобильность населения приводят к увеличению числа пациентов, представляющих различные культурные и этнические группы. В связи с этим медицинские работники, в том числе и будущие врачи, должны обладать не только профессиональными медицинскими знаниями и навыками, но и высоким уровнем межкультурной компетентности. Межкультурная компетентность включает в себя знания о культурных различиях, умение эффективно общаться с представителями других культур, а также способность проявлять эмпатию и толерантность.

Мотивация играет ключевую роль в формировании межкультурной компетентности. Мотивированные студенты более активно участвуют в межкультурном взаимодействии, проявляют больший интерес к изучению культурных различий и более эффективно осваивают навыки межкультурной коммуникации.

Благодаря развитию информационных технологий (социальных сетей, электронных ресурсов, международных онлайн-серверов и площадок) барьер между носителями различных языков частично стирается, становится возможным сотрудничество для достижения совместных целей и получе-

ния новых знаний от иностранных коллег, интеграция человека в международное сообщество.

Ключевую роль в формировании такого международного взаимодействия играет знание иностранного языка как инструмента кросскультурной коммуникации, и поэтому можно полагать, что мотивация к взаимодействию с представителями различных культур сводится к повышению уровня владения иностранным языком [1].

Готовность к межкультурному взаимодействию у студентов высших медицинских учебных заведений определяется следующими факторами:

- формирование особой системы взглядов, проявляющейся в уважительном и ценностном отношении к представителям других культур и языковых групп;
- осознание культурных особенностей и традиционных составляющих иностранной речи;
- возможность применения в диалоге знаний по специальным дисциплинам и иностранному языку;
- терпимость, подавление стереотипного мышления применительно к той или иной культуре в отношении ее обычаям, норм поведения, ценностей, традиций;
- осознание ценности собственного языка и культуры как важнейшего условия сохранения национальной идентичности [1].

Согласно исследованиям А. В. Илюшиной, Л. М. Царевой, наблюдается связь между уровнем мотивации студентов к межкультурному взаимодействию и базовым владением знаниями иностранного языка. Языковая подготовка будущих врачей, безусловно, является ключевой составляющей в понимании речевых особенностей, невербальных проявлений речевого поведения носителей иностранных языков, а также осознании черт, свойственных той или иной культуре [2].

Мотивация студентов медицинских вузов к межкультурному взаимодействию и изучению иностранного языка формируется по нескольким причинам:

- возможность получения нового опыта и информации в своей специальности при общении с представителями других культур;
- возможность обучения в других странах по программам обмена студентами высших учебных заведений;
- формирование алгоритма взаимодействия с носителями другого языка для дальнейшего успешного контакта с потенциальными коллегами или пациентами;
- возможность стажировки и получения работы за границей для приобретения нового опыта от иностранных коллег;
- формирование целостной культурной и языковой картины мира;

- наличие большого количества ценных информационных ресурсов и учебных материалов, опубликованных на иностранном языке;
- возможности коммуникации с иностранными студентами собственного медицинского вуза, расширение социального кругозора.

Педагогические стратегии для стимулирования мотивации:

Акцент на внутреннюю мотивацию:

- *интерактивные методы обучения*: использование кейс-стади, ролевых игр и дебатов, которые позволяют студентам активно участвовать в процессе обучения;
- *создание возможностей для самопознания*: предоставление студентам возможностей для саморефлексии и анализа своих собственных культурных ценностей;
- *приглашение гостевых лекторов*: приглашение специалистов из других культур для обмена опытом и знаниями;
- *культурные проекты и мероприятия*: организация культурных проектов, фестивалей и праздников, которые позволяют студентам познакомиться с различными культурами.

Усиление внешней мотивации:

- *интеграция межкультурного взаимодействия в учебные программы*: включение межкультурных аспектов в учебные курсы и программы;
- *оценка межкультурной компетентности*: разработка критериев оценки межкультурной компетентности и включение ее в систему оценки студентов;
- *поощрение активности*: поощрение студентов, активно участвующих в межкультурных мероприятиях и проектах.

Мотивация студентов медицинских вузов к межкультурному взаимодействию является ключевым фактором успешной подготовки будущих медицинских специалистов. Развитие внутренней и внешней мотивации требует комплексного подхода, который включает в себя интеграцию межкультурных аспектов в учебные программы, создание мотивирующей образовательной среды и предоставление студентам возможностей для практического применения своих навыков. Дальнейшие исследования в этой области могут быть направлены на разработку более эффективных педагогических стратегий и на оценку влияния различных подходов на развитие межкультурной компетентности студентов.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Гузикова, М. О. Основы теории межкультурной коммуникации : учеб. пособие / М. О. Гузикова, П. Ю. Фофанова. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2015. – 124 с.
2. Илюшина, А. В. Мотивация студентов медицинского вуза к межкультурному взаимодействию / А. В. Илюшина, Л. М. Царева // Личность в меняющемся мире: здоровье, адаптация, развитие. – 2019. – Т. 7, № 3 (26). – С. 469–477. – URL: <https://cyberleninka.ru/>

article/n/motivatsiya-studentov-meditsinskogo-vuza-k-mezhkulturnomu-vzaimodeystviyu (дата обращения: 15.01.2025).

3. Gardner, R. C. Language Learning Motivation: The student perspective. – URL: https://www.researchgate.net/publication/234610393_Language_Learning_Motivation_The_Student_the_Teacher_and_the_Researcher (date of access: 10.01.2025).

О. С. КОРНЕЕВА

Беларусь, Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

ПОЛИЯЗЫЧНЫЕ ЭРГОНИМЫ-ПРЕДЛОЖЕНИЯ В СФЕРЕ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ БЕЛАРУСИ

Эргонимы, как названия предприятий или организаций, являются актуальным объектом междисциплинарных исследований в лингвистике и маркетинге, поскольку наименование коммерческих предприятий является важным элементом брендинга и служит для создания уникальной идентичности в глазах потребителей. Анализ эргонимов уже существующих компаний может дать ценную информацию о рыночных тенденциях нейминга и помочь выбрать подходящее имя, которое будет адекватно представлять коммерческое предприятие и отличать его от конкурентов как в правовом поле, так и за счет создания неповторимого имиджа.

С точки зрения синтаксической структуры, эргонимы представляют собой как однокомпонентные, так и поликомпонентные образования. Согласно исследованиям Ф. Ф. Алистановой, построение эргонимов лексико-синтаксическим способом представлено в форме словосочетаний и предложений [1, с. 56]. Преимуществом такого рода номинации является возможность инициировать своего рода диалог с реципиентом, в то время как однословные наименования обладают преимуществом в отношении компактности. Номинация коммерческих предприятий с помощью предложений, которые в результате номинализации выступают в качестве индивидуализирующих названий, противоречит тенденции сокращения речевых средств выражения и уступает однословным эргонимам и эргонимам-словосочетаниям по распространенности в городском ландшафте. Вне зависимости от синтаксической структуры, городская эргонимия характеризуется полиязычностью в контексте влияния глобализации и диалога культур, хотя процентное соотношение репрезентации языков в лингвистическом ландшафте разных стран обусловлено лингвокультурными особенностями определенной территории.

Эргонимы-предложения могут функционировать как независимо, так и являться компонентами диалогического единства. Во втором случае, исследователи эргонимов-предложений рассматривают эргонимы-реплики

с учетом их коммуникативной специфики и разделяют их на два типа. Согласно мнению И. А. Кузнецова, реплики разделяются на инициальные и реактивные, направленные на запрос информации и предоставление ответа соответственно [2]. Диалогические единства являются предметом исследований Т. Г. Винокур, Х. Г. Косогоровой, Т. И. Мартыненко, Н. Н. Растворой, С. А. Ремизовой, Л. Л. Федоровой и др. В контексте исследований эргонимов Е. И. Темникова выделяет реплики-стимулы, которые могут быть представлены [3]: 1) фатическими актами; 2) волеизъявлением через предложение, приказ либо призыв; 3) репликами-извинениями; 4) вопросами-предложениями; 5) запросом информации (выяснением, уточнением); 6) стратегическими конфликтными вопросами; 7) информирующими репликами-сообщениями; 8) репликами похвалы, одобрения; 9) репликами порицания либо осуждения.

В своем исследовании мы проанализировали корпус из 1300 эргонимов заведений общественного питания областных центров Республики Беларусь на сайте *Tripadvisor* (www.tripadvisor.ru) на предмет репрезентации эргонимов-предложений. В результате подсчетов мы выявили 27 эргонимов-предложений, 22 (82 %) из которых являются репликами. Среди примеров было выделено 17 (63 % от общего количества) реплик-стимулов, которые представляют собой: 1) фатические речевые акты: пиццерия *Алло!*, бар *Cheers*, кафе *Гамарджоба*, кафе *Будзьма*; 2) информирующие реплики: бар *Пора по пиву*, кафе *Пора покушать*, кафе *Время есть*, шаурма *Пана жарит*, ресторан *Все как он любит*; 3) приказ либо призыв: ресторан *Суши весла* (дополнительно задействована языковая игра с омографом *сушки*), ресторан быстрого питания *Иди ешь!*, ресторан *Поедем поедим*, харчевня *Еш & пі*, кофейня *Wake up*, суши-бар *Уноси-ка*; 4) вопрос-предложение: бар *По пивку?*, пекарня *Будешь булочку?*.

Эргонимы, представляющие собой реплики-реакции, подразделяются на следующие группы [3]: 1) информирующие; 2) реплики – стандартные ответы; 3) конфликтные (враждение, спор); 4) согласие; 5) оценочные; 6) осуждающие; 7) оправдывающие; 8) одобряющие; 9) указывающие; 10) инструктирующие. В исследуемом нами корпусе были выявлены четыре реплики-реакции, выражающие согласие: кафе *Будем знакомы*, *Why knot?* (используются метаграфемные средства, графема ‘*k*’ выделена серым цветом, кегль вопросительного знака меньше основного кегля эргонима), бистро *O'Da*, кафе *Почему бы и нет?*, а также один эргоним-инструкция – кафе *Сел и съел*.

Среди предложений, не являющихся элементами диалогических единств, было выявлено пять эргонимов-предложений: ресторан «*Жили-были*», ресторан быстрого питания *Мама дома*, кафе *Ночь, улица, фонарь...*); два эргонима, представляющие собой восклицательные предло-

жения – барбекю-драйв *Елки-палки* (восклицательный знак вписан в графему ‘к’), пивная *Мать честная*.

Анализируя репрезентацию разных языков в исследуемом корпусе эргонимов-предложений, мы выявили следующее соотношение: 74,1 % (20 эргонимов) – русский язык; 11,1 % (3 эргонима) – английский язык; 7,4 % (2 эргонима) – белорусский язык; 7,4 % (2 эргонима) – полизычные эргонимы (на русском языке с использованием иноязычных графических либо лексических средств). Таким образом, русский язык является наиболее частотным среди эргонимов-предложений, что демонстрирует следующие тенденции: 1) использование легко декодируемых реципиентом языковых средств на доминирующем на территории языке; 2) избегание осложнения иноязычной синтаксической структуры либо структуры эргонимов, созданных при использовании разноуровненных иноязычных единиц (графем, морфем, лексем, синтаксем).

В результате проведенного исследования нам удалось выявить тот факт, что эргонимы-предложения не являются частотными в эргонимии областных центров Беларуси и составили в нашем исследовании 2 % от общего количества проанализированных эргонимов. Среди эргонимов-предложений наибольшей частотностью характеризуются эргонимы-реплики, служащие стимулом диалога, которые составили 63 % от общего количества проанализированных наименований. По нашему мнению, это обусловлено функциональными свойствами эргонимов. Помимо идентифицирующей и дифференцирующей функций, свойственных всем именам собственным, эргонимы выполняют «рекламные» функции: информирующую и аттрактивную. Реплики-стимулы, в частности реплики-приказы и реплики-призывы, служат непосредственно pragматической цели номинаторов, заключающейся в привлечении внимания, приглашении реципиента в заведение общественного питания и прямом побуждении к действию.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Алистанова, Ф. Ф. Особенности образования современных эргонимов лексико-синтаксическим способом и аббревиацией / Ф. Ф. Алистанова // Филологические науки. Вопросы теории и практики : в 3 ч. – 2017. – № 5 (71). – Ч. 1. – С. 56–58.
2. Кузнецов, И. А. Национально обусловленные модели фатической диалогической вопросно-ответной коммуникации в современной русской речи : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 / Кузнецов Игорь Александрович ; Нижегород. гос. ун-т им. Н. И. Лобачевского. – Н. Новгород, 2020. – 244 л.
3. Темникова, Е. И. Эргонимы-реплики в современном городском ономастиконе (оценка и функционирование по данным эксперимента) / Е. И. Темникова. – Екатеринбург, 2021. – 93 с. – URL: https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/104833/1/m_th_e.i.temnikova2021.pdf (дата обращения: 10.02.2025).

Д. П. ПОТОКСКАЯ
Беларусь, Минск, ВА РБ

МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ КАК ЗАЛОГ УСПЕШНОГО ОБУЧЕНИЯ ИНОСТРАННЫМ ЯЗЫКАМ

Коммуникация – это процесс передачи информации другим людям; обмен мыслями, чувствами, знаниями, схемами поведения. Без коммуникации невозможно общество.

Межкультурная коммуникация – это обмен информацией между представителями разных лингвокультур, отличающийся адекватным пониманием участников коммуникативного акта друг друга [1, с. 12]. Важно отметить, что ни одна культура не существует изолированно, она вынуждена обращаться к другим культурам, к их опыту, традициям, обычаям, нормам поведения. В этом взаимодействии появляется общение культур на разных языках и необходимость понимания друг друга, осознания культурных отличий и схожестей.

При контакте различных культур, их представителям недостаточно преодолеть только языковой барьер для эффективной коммуникации. Культурные особенности различных проявлений культуры могут затруднить процесс межкультурного общения, а иногда и окончательно испортить [2, с. 190].

Эффективность межкультурной коммуникации зависит от правил этикета, неверbalной коммуникации, условий общения и мн. др. Все это говорит о том, что для эффективности общения нужно преодолеть не только языковой барьер, но и культурный.

Из этого следует вывод, что изучать иностранный язык необходимо в контексте исследования культурных особенностей, традиций страны изучаемого языка. Язык отражает культуру, систему ценностей страны, образ жизни людей, их привычки и повадки. Языку невозможно обучить в полной мере в отрыве от культуры страны. Любой язык должен изучаться в неразрывном единстве с миром и культурой народа, говорящего на этом языке [3, с. 27].

Преподавание иностранных языков и межкультурная коммуникация взаимосвязаны, ведь занятие иностранного языка это и есть практика межкультурной коммуникации, где преподаватель выступает как своеобразный представитель страны изучаемого языка.

Для того, чтобы качественно преподавать иностранный язык как средство общения, необходимо создавать обстановку реального общения, использовать язык в ситуациях максимально приближенных к реальным, через призму которых можно прочувствовать особенности поведения носителей языка.

К компонентам культуры, которые несут национально-специфическую окраску и, которым необходимо обучить на занятиях по иностранному языку, можно отнести:

- бытовую культуру, национальную кухню;
- традиции и обряды;
- повседневное поведение, к которому можно также отнести кинесику и проксемику;
- «картины мира», которые отражают специфику восприятия мира носителей языка и др. [3, с. 41].

Существует много различных приемов для преподавания и языка, и культуры на занятиях иностранного языка.

Большое внимание стоит уделить ролевым играм. Это самый популярный и один из самых интересных путей понимания другой культуры, т. к. данный способ требует качественной подготовки, изучения различных материалов (фильмы, книги, журналы, программы, интернет-платформы и др.). При этом, данный способ требует максимального погружения в процесс, что позволит развить и актерские навыки студентов.

Нельзя не отметить важность подготовленных в группе или индивидуально сообщений, подкрепленных презентациями. Данные проекты предполагают широкий спектр тем: от бытовой тематики и национальной кухни до манеры ведения переговоров.

Конечно, самым простым и одновременно самым сложным способом является непосредственный контакт с представителями других культур. Данный способ требует определенной организации процесса, а именно проведения личных встреч, лекций, пресс-конференций и др. Этот путь позволит напрямую познать другую культуру не просто через преподавателя, как посредника, а через непосредственного носителя другой культуры и языка.

В процессе изучения иностранного языка через призму культуры, студенты непосредственно встречаются с реалиями и особенностями других стран. Все это в первую очередь расширяет кругозор, а также обогащает словарный запас. Кроме того, у студентов формируется четкое понимание схожестей и различий между культурой своей страны и страны изучаемого языка, что в конечном итоге приводит к осознанию собственного места в мире.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Гавра, Д. П. Основы теории коммуникации : учеб. пособие / Д. П. Гавра. – СПб. : Питер, 2011. – 288 с.
2. Винокурова, Н. В. Особенности межкультурной коммуникации в ходе обучения иностранным языкам / Н. В. Винокурова // Труды Белорусского государственного технологического университета. История, философия, филология. – 2014. – № 5. – С. 189–191.
3. Тер-Минасова, С. Г. Язык и межкультурная коммуникация : учеб. пособие / С. Г. Тер-Минасова. – М. : Слово/Slovo, 2000. – 624 с.

П. Н. РЕЗЬКО,
Беларусь, Брест, БрГТУ

РУСИЗМЫ В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ В XX В.

На протяжении всей истории развития английского языка наблюдаются значительные изменения, затрагивающие его фонетическую структуру, лексический состав и грамматическую систему. Особенно заметные преобразования происходили в сфере лексики. Исследования показывают, что лишь около 30 % слов в современном английском языке являются исконно английскими, в то время как остальная часть лексического запаса представляет собой заимствования из других языков [1]. Это свидетельствует о высокой степени рецептивности английского языка к внешним лексическим заимствованиям. Процесс заимствования слов происходил под воздействием множества факторов, как внутренних, так и внешних, что способствовало значительному расширению и обогащению словарного состава английского языка. Основные источники заимствований включают латинский, французский, итальянский, испанский, а также, в некоторых случаях, русский языки.

Несмотря на незначительный интерес в английской научной среде к русизмам отметим, что они неуклонно обогащали в английский словарь. Ф. Дуркин считает русский язык четырнадцатым по значимости языком-донором в истории английского языка [2, с. 22]. По мнению М. Подгаецкой, фонд русских заимствований в несокращенных словарях составляет примерно 500 слов, и они неуклонно усваивались английским языком с середины XVI в., когда в 1554 г. в Лондоне королевой Елизаветой I была создана Московская компания (*Moscow Company*), в которую входили английские купцы и которые оставили после себя значительное количество записок, касающихся Московского государства [3]. При этом до начала XX в. было заимствовано менее 20 % слов (рисунок).

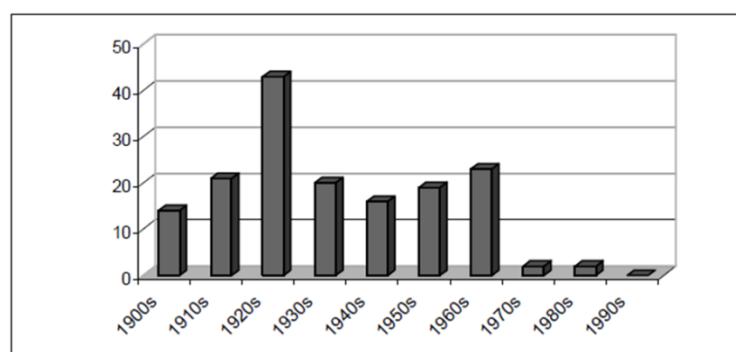


Рисунок – Количество распределение русизмов в английском языке в XX в. [3].

Распределение заимствований в XX в. довольно равномерное, за исключением подъема в 1920-х (революция 1917 г. и ее последствия) и 1960-х гг. (запуск первого спутника и развитие космонавтики). Относительно зарождения советской власти и революционного периода появляются слова, связанные с государственным строем: *Komsomol* – коммунистический союз молодежи, *Leninism* – ленинизм, *bolshevism* – большевизм, *commissar* – комиссар, *activist* – активист, *apparat* – аппарат (совокупность учреждений, обслуживающих какую-либо отрасль управления, хозяйства и партии), *apparatchik* – аппаратчик (работник хозяйственного и партийного аппарата), *subbotnik* – субботник; новой формой социалистического сельского хозяйства: *sovkhоз* – совхоз, *kolkhoz* – колхоз, *udarnik* – ударник, *kulak* – кулак и др. Интересно отметить, что слова *pioneer* – пионер и *brigade* – бригада уже были в английском языке, но свое новое значение – «член детской коммунистической организации» и «трудовой коллектив» – они приобрели из русского языка, когда те появились в послеоктябрьский период. Этую группу заимствований называют советизмы, т. е. слова, которые отражают новую идеологию страны и новый общественный строй [1].

Заимствования данного периода можно классифицировать следующим образом:

1. Полные, фонетические заимствования (*komsomol*, *bolshevik*, *leninism*).
2. Кальки – слова, которые возникли как буквальный перевод слова по частям (*five-yearplan*, *wedding palace*, *red army*) [4].

Поскольку Советский Союз был первоходцем в космосе, начали возникать такие специальные термины, как *sputnik* (это слово не имело прямого аналога в английском языке, и его использовали для обозначения советских спутников, а также в более широком смысле для обозначения спутников и всех других стран (позднее в научной и технической лексике стал преобладать термин *satellite*), *lunokhod*, *cosmonaut* (которое превратилось в *astronaut* в американском варианте английского языка), *cosmodrome*. Именно от слова *sputnik* и образующего его суффикса «-ник» в английском языке начали образовываться такие английские слова, как *returnik*, *protestnik*, *folknik* [5].

Характерно, что к концу XX века интерес к русским словам снижается. 1980-е гг. принесли два ключевых слова десятилетия, *perestroika* и *glasnost*, но с тех пор никаких других ярких заимствований не наблюдалось. Слово «гласность» можно встретить в английском языке с 1986 г. в словаре неологизмов. Его определение в словаре звучит следующим образом: *the willingness of the Soviet government to be more open about its affairs* – ‘готовность советской власти быть более открытой в том, что касается ее дел’. А слово «перестройка» встречается в английском языке с 1987 г. и трактуется как экономическое переустройство, реконструкция

экономики, но чаще в английском языке передается все же словом *restructuring* либо словосочетанием *economic reform*.

Помимо вышесказанного, некоторые более ранние заимствования в XX в. приобрели второе значение, например, слово *Kremlin* (Кремль) в английском языке стало использоваться для обозначения политической власти СССР, а позднее и современной России.

В переносном смысле *Siberia* (Сибирь) применимо для обозначения изоляции или отдаленных мест, например, *to be sent to Siberia* может означать «быть отправленным в ссылку» или «попасть в изоляцию».

Слово *mammoth* (мамонт) имеет русское происхождение и означает «огромный». Первые останки мамонтов были найдены на территории Сибири, и информация о них распространилась через российские географические и палеонтологические исследования. Со временем *mammoth* стало использоваться в английском не только для обозначения ископаемого животного, но и в значении ‘огромный, массивный’.

Babushka (бабушка) в русском языке обозначает пожилую женщину, бабушку в семье. В английском слово *babushka* также стало использоваться для описания традиционного головного платка, который носят пожилые женщины в России и других странах Восточной Европы.

Лексема *Tsar/Czar* (царь) приобрела значение не только русского монарха, но и человека, обладающего значительной властью в какой-либо области. Например, *drug czar* в США – это должность человека, ответственного за политику в области борьбы с наркотиками. Таким образом, *czar* служит в английском языке для обозначения лидеров в разных сферах, подчеркивая их авторитарную власть.

Многие из заимствованных слов, которые относятся к эпохе СССР, перестали использоваться практически сразу после распада Советского Союза, поскольку исчез сам историко-культурный феномен, при этом часть слов осталась в активной лексике, чему способствовали русскоязычные диаспоры США и других англоязычных стран.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Кузнецова, С. В. История русских заимствований в английском языке / С. В. Кузнецова, Е. В. Шепелева. – URL: https://dep_fl.pnzgu.ru/files/dep_fl.pnzgu.ru/russkie_zaimstvovaniya_rinc_.pdf (дата обращения: 10.10.2024).
2. Durkin, Ph. Borrowed words: A History of Loanwords in English / Ph. Durkin. – Oxford : Oxford Univ. Press, 2014. – 512 p.
3. Podhajecka, M. Russian Loanwords in the “Oxford English Dictionary” Revisited / M. Podhajecka // PRZEGŁAD RUSYCYSTYCZNY. – 2018. – № 2 (162). – С. 133–158. – URL: https://www.researchgate.net/publication/328139531_Russian_Loanwords_in_the_Oxford_English_Dictionary_Revisited (date of access: 08.04.2025).
4. Шульгин, А. В. Национально-культурная специфика фразеологических единиц / А. В. Шульгин // Научное сообщество студентов XXI столетия. Гуманитарные науки : сб.

ст. по материалам XLVII междунар. студен. науч.-практ. конф. – Новосибирск, 2016. – № 10 (47). – С. 63–69. – URL: [https://sibac.info/archive/guman/10\(47\).pdf](https://sibac.info/archive/guman/10(47).pdf) (дата обращения: 18.03.2025).

5. Зубарева, Н. С. Заимствования из русского языка в английском языке / Н. С. Зубарева, С. А. Беликова, О. В. Чаплыгина // Концепт : науч.-метод. электрон. журн. – 2018. – № 8. – С. 1–5. – URL: <http://e-koncept.ru/2018/185026.html> (дата обращения: 21.10.2024).

А. К. СААКЯН

Армения, Ереван, Институт искусств НАН РА

АРХИТЕКТУРНОЕ ПРОСТРАНСТВО КАК СОЦИОКУЛЬТУРНЫЙ ФЕНОМЕН

Не останавливаясь подробно на кантовском понимании пространства и времени как априорных форм человеческого бытия [1], отметим, что архитектура является единственным видом искусства, фиксирующим в материальных объектах историю человечества, цивилизаций и индивидов. Существенное отличие архитектуры как вида искусства от живописи и музыки состоит в том, что живопись и музыка объективируют, но не создают время и пространство, в то время как исторические цивилизации характеризуются наличием созданных архитектурных достижений.

В современном социуме архитектура позволяет выполнять жизненные функции общества, направляет жизненные процессы. Однако то, что создается архитектурой, создается в соответствии с антропоморфной природой человека и достигнутым уровнем возможностей и потребностей людей [2]. Срок существования любой культуры предопределен заложенными при ее создании принципами, местом и способом ее реализации, точно так же как генный код и условия существования определяют срок жизни биологического организма.

Теоретик архитектуры А. И. Некрасов неоднократно подчеркивал, что архитектура является «вместилищем жизни», в результате возникает «разрешение пространства во имя жизни», поэтому и само пространство, и его объем воспринимаются специфически, и это является сущностью архитектуры. Художественный образ пространства составляет предмет искусства архитектуры [3, с. 128].

В современной теории архитектуры большое внимание уделяется знаково-символическому подходу к анализу архитектурных форм (А. В. Иконников, В. Ф. Маркуzon, К. Э. Лехари, О. И. Явейн, И. Г. Лежава, Г. Ю. Сомов, З. Н. Яргина). Делаются попытки осмыслить архитектурные

объекты с точки зрения языковой культуры, производится корреляция между лингвистическими методами изучения языка и теорией архитектуры.

Архитектурное пространство понимается как форма организации человеческой жизнедеятельности, сконструированная в соответствии с социальной необходимостью, техническими возможностями и эстетическими идеалами перманентно воссоздающих ее субъектов культуры. Смысл архитектурного пространства определяет в значительной степени аксиологический контекст, поскольку содержание социально структурированного и функционально организованного пространства зависит от оценки субъекта.

Специфика архитектурных объектов заключается в том, что они всегда находятся в контексте социальных процессов и их интерпретации социальный субъект осуществляет непрерывно, поэтому непонимания «текста» не происходит.

Архитектурные объекты, таким образом, всегда находятся в социокультурном контексте, что позволяет рассматривать их как уникальные пространственные объекты, способствующие коммуникации как в вертикальной (от поколения к поколению), так и в горизонтальной плоскости (от общества к социальной группе и к индивиду).

Архитектурный объект представляет собой своеобразную память искусства, соподчиняя все виды изобразительных искусств и передавая с помощью эстетической составляющей эмоционально-ценостный компонент, который позволяет ему существовать в разных социокультурных реалиях.

Являясь произведением искусства, архитектурный объект постигается как художественный образ, что также позволяет ему существовать на протяжении длительного времени, поскольку критерии прекрасного и пространственные архетипы изменились на протяжении тысячелетий незначительно. Кристаллизация творческой информации происходит за отрезок времени, равный нескольким поколениям.

Архитектурные объекты являются для людей символическими идеологическими ориентирами. Архитектура фиксирует героические события и транслирует их через пространственные формы социальным субъектам.

На протяжении тысячелетий архитектура была важной составляющей культуры Армении. В монументальных памятниках зодчества ярко проявились национальное своеобразие армянского искусства, его высокий уровень и богатые художественные традиции.

Древнейшие памятники Армянского нагорья – дольмены, менгиры, кромлехи в Сисиане – относятся к неолиту. В Шенгавитском поселении на территории Еревана раскопаны круглые в плане жилища (IV–III тысячелетия до н. э.). Большой интерес представляют памятники городища Мецамор (III–I тысячелетия до н. э.) – древнего центра горно-металлургического производства Армении. Сохранились цитадель, жилища, плавильные печи,

сооружения культового и астрономического назначения, связанные с наблюдениями за светилами.

С эпохи существования на территории Армении государства Урарту до нас дошли города-крепости Аргиштихинили (позднее ставший столицей Армении – город Армавир), Тейшебаини и Эребуни-Ереван.

С III в. до н. э. в Армении стала развиваться эллинистическая культура. Армянское государство достигло своего наивысшего могущества при царе Тигране II Великом (он правил в 95–55 гг. до н. э.), когда его границы простирались от Каспийского до Средиземного моря. В стране высокого развития достигло градостроительство. По сведениям историков, в этот период в Армении возникло более 200 городов, среди них – Армавир, Ервандашат, Арташат, Тигранакерт.

О зодчестве эллинистической Армении дает представление крепость Гарни с усиленными башнями, мощными стенами (III в. до н. э.), языческим храмом (I в. н. э.), дворцом и баней (III в. н. э.). Построенный в 77 г. царем Трдатом I храм Солнца полностью сохранился до XVII века и был разрушен сильным землетрясением 1679 г. В 1968–1975 гг. храм, свыше 90 % камней которого сохранились, был восстановлен. Храм представляет собой периптер с капителями колонн ионического ордера. Храм в Гарни некоторыми характерными чертами архитектуры отличается от аналогичных западных храмов. Важнейшие особенности этого храма – возведение его из базальта, перекрытие целлы (главного помещения) каменным сводом, а также богатство и разнообразие неповторяющихся орнаментальных мотивов, что позже стало явным признаком средневекового армянского зодчества.

Еще одним ярким примером является архитектурный памятник XVII в. монастырь-крепость, расположенный на холме, поблизости от деревни Покр Веди Арагатского марза. Этот крепостной монастырь является местом паломничества, одно из самых почитаемых мест Армении, священное для Армянской Апостольской Церкви.

Здание расположено неподалеку от границы с Турцией и по преданию построено на том месте, где была тюрьма, а которой в конце III в. пребывал в заключении первоиерарх Григорий Просветитель. В 301 г. Армения приняла христианство, объявив его государственной религией.

Храм находится на территории древней столицы Армении – города Арташат, основанного в 176 г. до н. э., вскоре после завоевания Арменией независимости от Селевкидов. Арташат на протяжении почти 500 лет был столицей и важнейшим городом Армении.

На протяжении многих лет Хор Вирап являлся центром Апостольской церкви Армении. В 642 г. здесь появилась первая известняковая постройка, которую в дальнейшем неоднократно перестраивали. Часовню соорудили по проекту архитектора Нерсес III Тайеци (Nerses III the Builder).

В XVII в. рядом построили большую церковь и кельи монахов. Поблизости находится вход в подземелье, где 14 лет пробыл Григорий Просветитель. Расположена тюрьма на глубине 6 м, ее ширина – 4,4 м. Попасть в подземную тюрьму можно через небольшую часовню с полукруглой апсидой, возведенную в 1661 г., спустившись туда по винтовой лестнице. Сегодня Хор Вирап является одним из важных для армян мест паломничества, здесь до сих пор регулярно проводят богослужения.

Традиции армянского строительного искусства сохранялись и в новых социально-экономических условиях на протяжении всего XX в. и вплоть до настоящего времени. Используя богатый опыт своих предшественников, известные армянские зодчие создали целый ряд архитектурных комплексов, выдержаных в стиле национальных традиций с использованием местных традиционных строительных материалов: туфа, базальта, гранита, травертина. К таким архитектурным символам Армении относятся: площадь Республики с Домом правительства, Мемориальный комплекс «Сардарапат», Мемориальный комплекс «Цицернакаберд» памяти жертв Геноцида армян 1915 г., здание Матенадарана (архитектор М. Григорян), здание винного комбината «Арагат» и мн. др., а также многочисленные административные и жилые здания, украшенные деталями национальной архитектуры.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что архитектурное пространство, являясь повсеместной частью жизненного пространства человека, выступает по отношению к воспринимающему субъекту как: а) источник социальной информации; б) интериоризированная ценность; в) положительный эмоциональный опыт; г) фактор самоидентификации личности. Архитектурное пространство представляет собой социокультурный феномен, способствующий формированию национальной и территориальной идентичности социальных субъектов.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Спиркин, А. Г. Философия : учебник / А. Г. Спиркин. – 2-е изд. – М. : Гардарики, 2006. – 736 с.
2. Канке, В. А. Основы философии : учебник / В. А. Канке. – М. : Логос, 2008. – 288 с.
3. Некрасов, А. И. Теория архитектуры / А. И. Некрасов. – М. : Стройиздат, 1994. – 480 с.

А. А. САВКО

Беларусь, Барановичи, БарГУ

О ПАМЯТИ И НARRATIVЕ

Различные аспекты взаимодействия памяти и нарратива привлекают внимание как отечественных, так и зарубежных специалистов в области

лингвистики, психологии, нарратологии и социологии. В отечественной лингвистике, как правило, объектом исследования является историческая, коллективная, коммуникативная и культурная память, для передачи которых используется нарратив, представляющий собой форму объективизации содержания памяти.

Считается, что термин «коллективная память» также, как и разделение памяти на индивидуальную и коллективную, принадлежит М. Хальбваксу, родоначальнику полноценных социологических исследований памяти. В 1992 г. Я. Ассман выдвинул теорию культурной памяти, обусловленную некоторыми факторами, среди которых ключевую роль сыграл переход между эпохами и утрата очевидцев значительных событий XX в. Также в конце прошлого века «вокруг понятия воспоминания складывается новая парадигма наук о культуре, благодаря которой разнообразнейшие феномены и области культуры – искусство и литература, политика и общество, религия и право – предстают в новом контексте» [1, с.12]. Но, несмотря на публикации проводимых исследований памяти в культурном, социальном, политическом, историческом контексте не наблюдается единства в выборе методов исследования или выделения базовых концепций.

Под «коллективной памятью» понимается информация о прошлом, которую разделяют все члены определенной социальной группы, она служит опорой индивидуальной памяти, но развивается по собственным законам, и если в нее проникают индивидуальные воспоминания, то они видоизменяются [2]. Воспоминания коллективной памяти, по словам Я. Ассмана, связаны с недавним прошлым общества, отразившимся в сознании большинства индивидов. Автор пишет о наличии двух модусов коллективной памяти: «*обосновывающегося воспоминания, связанного с происхождением (знаковые и мнемонические системы) и биографического воспоминания, связанного с непосредственным опытом и его контекстом, основой которых является опора на социальное воздействие*» [1, с. 54].

Однако, несмотря на существование термина «коллективная память», исследование М. Хальбвакса до сих пор критикуется социологами, в частности Дж. Оликом, который писал, что «коллективная память – не операциональное понятие: нет согласия по поводу того, чем она является (если предположить, что она вообще существует) или как ее измерять» [3, с. 41].

Индивидуальная или автобиографическая память состоит из личного опыта и воспоминаний, касающихся только жизни индивида. По мнению А. Ассман «...каждому необходимы собственные воспоминания, ибо они служат материалом, из которого создаются личный опыт, взаимоотношения с другими, а главное, образ своей собственной идентичности» [4, с. 14]. Но несмотря на то, что индивидуальная память является «дина-

мичным средством проработки индивидуального опыта» [4, с. 14], она всегда опирается на социальный фундамент.

Одной из форм существования коллективной памяти является культурная память, «одно из внешних измерений человеческой памяти», «содержательное наполнение которой, организация ее содержаний, сроки, которые в ней может сохраняться то или другое, – все это определяется в очень большой степени не внутренней вместимостью и контролем, а внешними, т. е. культурными и социальными рамками» [1, с. 19]. Культурная память формируется и поддерживается целенаправленно, с помощью институциональных структур. Ее роль в отношении социальной коммуникации аналогична роли индивидуальной памяти в отношении сознания. Культурная память фокусируется на избранных моментах прошлого, преобразуя их в символические образы, которые консолидируют многообразные личные воспоминания о конкретном событии или объекте.

Описывая функции памяти в традиционном обществе, Я. Ассман выделил «горячую» (воспоминания прошлого могут служить элементом формирования идентичности) и «холодную» (сопротивление проникновения истории в жизнь общества, превращение события в повторяющееся действие, которое с течением времени может стать определенной традицией) опции, которые присутствуют в каждой культуре и способствуют сохранению и воспроизведению воспоминаний в коллективной памяти народа [1, с. 72–73]. Т. е., по Я. Ассману, культурная память – это коллективная память носителей культуры, задача которой ее сохранить. Коммуникативная память – это память, которая формируется в процессе ежедневной коммуникации между всеми участниками и тем самым демонстрирует их коллективную идентичность. Со временем коммуникативная память переходит в культурную.

Общеизвестно, что представление прошлого в качестве средства достижения будущего является фундаментальной характеристикой памяти и служит ключевым объектом изучения нарратива памяти как национально-специфического верbalного способа организации культурной памяти. Можно предположить, что в каждой культуре имеется свой «язык памяти», набор доминирующих правил мнемического речевого поведения, который выражается через нарратив как средство сохранения и воспроизведения воспоминаний в коллективной памяти народа и отражает взаимосвязь между культурой и языком. В современной науке возрастает интерес к исследованию лингвистического воплощения коллективной и культурной памяти на основе политического и медийного дискурса, в особенности в контексте публичных выступлений и интервью политиков, где индивидуальный опыт выступающего преломляется через призму коллективного опыта нации, и это требует соответствующего языкового оформления.

Нарраторы, повествующие о событиях прошлого, делают это не просто для хранения информации, но и для акцентирования их воздействия на настоящее и будущее.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Ассман, Я. Культурная память: Письмо, память о прошлом и политическая идентичность в высоких культурах древности / Я. Ассман ; пер. с нем. М. М. Сокольской. – М. : Яз. славян. культуры, 2004. – 368 с.
2. Хальбвакс, М. Коллективная и историческая память / М. Хальбвакс // Неприкосненный запас. – 2005. – № 2–3. – С. 8–27. – URL: <https://magazines.gorky.media/nz/2005/2/kollektivnaya-i-istoricheskaya-pamyat.html> (дата обращения: 02.02.25).
3. Олик, Дж. Фигурации памяти: процессо-реляционная методология, иллюстрируемая на примере Германии / Дж. Олик // Социологическое обозрение. – 2012. – Т. 11. – № 1. – С. 40–74.
4. Ассман, А. Длинная тень прошлого: Мемориальная культура и историческая политика / А. Ассман ; пер. с нем. Б. Хлебникова. – М. : Новое литературное обозрение, 2014. – 328 с.

Е. И. СЕРДЮКОВА

Беларусь, Могилев, МГУ имени А. А. Кулешова

КУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ИЗУЧЕНИЯ РУССКОГО ЯЗЫКА КАК ИНОСТРАННОГО

В современной академической литературе направление в лингвистике, изучающее аспекты использования языка в различных сферах человеческой деятельности, именуется по-разному. Так, можно встретить следующие номинации: теория коммуникации, теория речевых актов, коммуникативная прагматика. С точки зрения ученых, чей профессиональный интерес заключается в исследовании вопросов современной коммуникативной лингвистики, владение языком относится к типу интеллектуальной социально и культурно обусловленной деятельности. Именно по этой причине в методике преподавания русского языка как иностранного ставятся две фундаментальные цели его изучения: научиться понимать новую культуру (межкультурная коммуникация); овладеть межкультурной коммуникацией, т. е. способностью общаться с носителями другой культуры (межкультурное речевое взаимодействие).

Принадлежность к одной национальной культуре характеризуется шаблонностью в аспекте деятельности людей. Так, каждый человек, относящийся к определенному языковому коллективу, действует согласно общепринятым правилам, которые отличаются нормативностью. Нормированность – это то, что позволяет владеть языком любой культуры на высо-

ком уровне. Однако эти же правила могут варьироваться в зависимости от пространственных и временных обстоятельств и индивидуальных особенностей личности. Обозначим, что такие паттерны можно установить и описать при детальном исследовании речевых актов коммуникантов. Существует некоторая сложность обозначенных процедур и заключается она в том, что содержание коммуникации, ее смысловой потенциал, процесс ее осуществления не носят универсальный характер. Это обусловлено тем фактом, что окружающую реальность носители различных национальных языковых культур воспринимают каждый по-своему. Иногда некоторым материальным и духовным ценностям носители разных языков придают различное семантическое и символическое значение. Роль и место каждого поступка, явления, предмета не одинаковы у представителей разных народов. В коммуникативной деятельности представителей одной национальной культуры отражается весь комплекс ее специфических традиций и убеждений. Универсальных же высказываний, которые употребляются в любой культуре относительно немного. Таким образом, человек, уже владеющий одним языком (родным), должен в рамках другой культуры (иноязычной) снова учиться общению. Поэтому неудивительно, что при изучении русского языка как иностранного необходимо тратить время и усилия на усвоение как плана выражения, так и плана содержания языковых явлений. Таким образом, есть потребность в том, чтобы выработать в сознании обучающихся представление о новых предметах и явлениях, не находящих аналогий ни в их родной культуре, ни в родном языке.

Ученых в области коммуникативной лингвистики в одинаковой степени интересуют как большие социальные группы, так и два собеседника. Под пристальным вниманием филологов-лингвистов оказываются фоновые знания, межличностные отношения, взаимовлияние и взаимопонимание, социальный статус каждого участника речевого акта. Также важными являются ответы на следующие вопросы: почему, как, когда, где и при каких условиях они используют язык как средство общения; что происходило до начала беседы и что трансформировалось после нее.

Национальная культура, в рамках которой происходит коммуникация и язык, являющийся средством реализации коммуникативной деятельности, представляют собой смысловые накопители. Единицы культуры и языка, обладая самостоятельными значениями, приобретают смысл и значимость в конкретных речевых актах. При этом в смысловом значении представлена материализованная в языковых единицах идеальная форма существования окружающего мира предметов, его свойств и взаимоотношений. Это происходит в результате согласования смыслового содержания высказываний и сверхцелей коммуникации, а также с учетом коммуникативных потребностей, которые возникают до начала речевого

акта. В процессе диалога осуществляется непрерывное развитие значений, смыслов и ценностей, понимание их и принятие адекватных решений по их употреблению в контексте речевого акта. С этой позиции и систему языка следует рассматривать как специфическое устройство, предназначенное не только для построения грамматически правильных высказываний, но и для порождения семантически значимых речевых продуктов.

При таком понимании системы языка подчеркивается важность и первостепенная роль семантики при использовании языка в его основной функции – быть средством общения. Ведь в актах коммуникации формы языка, как правило, играют служебную роль, передавая семантически значимую информацию. Слова, накапливая и сохраняя информацию о социально-культурных реальностях, деятельности носителей языка, их чувствах, выполняют кумулятивную функцию языка. При этом значения слов не создаются всякий раз заново в актах коммуникации. Аналогично хранятся в памяти семантические структурные схемы предложений (предикативные основы) и семантические структуры предложений, представляющие собой отношение семантических компонентов, формируемых взаимным действием грамматических и лексических значений. Эти семантические структуры обеспечивают построение предложений как грамматически верных, так и имеющих буквальный смысл. В актах коммуникации семантические структуры предложений, приобретая дополнительные значения, становятся высказываниями, обладающими собственной семантикой. При этом семантическая структура предложения присоединяет дополнительные значения в процессе ее согласования с многочисленными факторами, условиями, сопровождающими любой речевой акт. Если рассматривать высказывания в семантическом аспекте, то следует особым образом выделить связи между коммуникантами, устанавливаемые в процессе диалога. Это обусловлено тем фактом, что именно эти связи являются основным генератором отбора значений и создания смыслов. Типы взаимосвязей собеседников, их коммуникативные желания и цели определяют характер и объем содержания, влияют на выбор средств выражения и оформления высказываний.

Таким образом, важнейшим структурным элементом межкультурной коммуникации является ее семантика, т. е. все то, что говорящие и пишущие могут означить, а слушающие и читающие – понять и адекватным образом отреагировать. Обычно к ней относятся: передача/получение информации, установление социальных контактов, воздействие на собеседника, выражение/понимание интеллектуальных и эмоциональных отношений. Именно в коммуникации грамматические значения становятся социально значимыми для собеседников. Таким образом, значение по своей природе зависит от говорящего и слушающего. Семантическая структура предложения создает условия для осознания смысла высказывания. В ком-

муникации владеющие и оперирующие языком всегда согласуют свои коммуникативные замыслы с тем, что означается и делается посредством языка в данных условиях. Вот почему при описании коммуникативной природы языка в большинстве случаев имеет смысл идти от контекстов национальной культуры, коммуникации и ситуативности общения к системе языка, а не наоборот.

Особое значение при изучении русского языка как иностранного приобретает культурологический контекст освоения языковых единиц. Важным оказывается то, в какой последовательности эти языковые единицы принимают участие в кодировании и декодировании предложений, в чем сходство и различие лингвистической грамматики и психологической, в какой очередности усваивается система языка и как она функционирует в сознании иноязычного коммуниканта.

Е. Н. СТРИЖЕВИЧ

Беларусь, Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

ВЛИЯНИЕ ЗАИМСТВОВАНИЙ НА КУЛЬТУРНУЮ ИДЕНТИЧНОСТЬ И ВОСПРИЯТИЕ ЯЗЫКОВОЙ СРЕДЫ

Язык является не только средством общения, но и важным элементом культурной идентичности. Заемствования, или слова и выражения, перенесенные из одного языка в другой, играют значительную роль в формировании языковой среды. Заемствования в языке – это процесс, который является естественным и неизбежным в условиях глобализации, миграции и культурного обмена. Заемствования могут как обогащать язык, так и вызывать опасения по поводу утраты его уникальности. Например, в русском языке заимствования из английского языка, такие как «Интернет», «менеджер» и «стартап», стали повседневными. Однако некоторые носители языка могут воспринимать это как угрозу для своей культурной идентичности, считая, что заимствования подрывают традиционные языковые нормы.

Заемствования могут обогащать язык, вводя новые концепции и идеи. Это способствует культурному обмену и взаимопониманию между народами. Например, заимствования из английского языка в русский, такие как «Интернет» или «менеджмент», отражают современные реалии и потребности общества.

С другой стороны, чрезмерное использование заимствований может привести к утрате языковой идентичности. Язык может стать менее уникальным, и его носители могут начать ощущать себя менее связанными с культурными традициями. Это особенно заметно в контексте молодежно-

го сленга, где заимствования могут доминировать над традиционными лексическими единицами.

Заимствования могут быть как прямыми, так и адаптированными, и часто отражают культурные, социальные и экономические связи между народами. Примеры заимствований можно найти в большинстве языков, и они могут касаться различных областей, таких как наука, техника, искусство и повседневная жизнь.

Заимствования могут влиять на восприятие языка как более современного и динамичного. Носители языка могут воспринимать заимствования как признак прогресса и открытости к новым идеям. Однако это восприятие может варьироваться в зависимости от контекста и уровня образования.

Восприятие заимствований также зависит от социальных и культурных факторов. В некоторых сообществах заимствования могут восприниматься как угроза традиционному языку, в то время как в других они могут рассматриваться как символ глобализации и культурного разнообразия.

Заимствования играют важную роль в развитии языка и его восприятии носителями. Они могут как обогащать язык, так и вызывать опасения по поводу утраты идентичности. Важно понимать, что заимствования являются неотъемлемой частью языкового процесса, и их влияние на идентичность и восприятие языка зависит от множества факторов, включая культурный контекст и личный опыт носителей языка. В конечном итоге, открытость к заимствованиям может способствовать более глубокому пониманию и принятию многообразия языков и культур в современном мире.

Рассмотрим несколько примеров современных заимствований из английского языка в русский:

Блог (blog) – используется для обозначения веб-журнала или онлайн-дневника.

Селфи (selfie) – фотография, сделанная самим собой, обычно с помощью смартфона.

Хайп (hype) – чрезмерное внимание или реклама, часто в контексте моды или трендов.

Кликбейт (clickbait) – заголовок или изображение, предназначенное для привлечения внимания и побуждения кликнуть на ссылку.

Флешмоб (flash mob) – группа людей, собирающаяся в общественном месте для выполнения заранее запланированного действия.

Тренд (trend) – направление, в котором что-то развивается или изменяется, особенно в моде или культуре.

Стартап (startup) – новая компания или проект, часто в области технологий, с высоким потенциалом роста.

Гаджет (gadget) – небольшое устройство или инструмент, часто с инновационными функциями.

Краудфандинг (crowdfunding) – финансирование проекта или бизнеса за счет небольших взносов от большого числа людей, обычно через Интернет.

Мем (meme) – элемент культуры или идеи, который распространяется в Интернете, часто в виде изображения с текстом.

Таким образом, заимствования отражают влияние английского языка на современный русский и показывают, как язык адаптируется к новым реалиям и технологиям.

Н. С. СУББОТА

Беларусь, Минск, МГЛУ

ЭТИКА ЦИФРОВОГО ОБЩЕНИЯ: ГРАНИЦЫ И ЦЕННОСТИ

Интернет, как и любая другая технология, содержит в себе как положительные, так и отрицательные стороны. Огромные объемы информации, поступающей ежедневно в открытый доступ пользователям Сети, помимо своего положительного влияния, несут также деструктивную функцию, которая заключается в образовавшейся проблеме регулирования поступления разрозненной информации в массы. Вкупе с относительной свободой изъявления и анонимностью, которой наделены пользователи Сети, цифровое пространство Интернета выступает плодотворной средой для нарушения этических норм и моральных принципов.

Некоторые исследователи полагают, что проблема кроется в несовпадении морально-этических установок между старшим поколением и молодым, которое уже не знает жизни вне Сети. Так, Е. А. Чудакова и Т. В. Баторова отмечают, что такие моральные ценности, как любовь, взаимоуважение, честность, достоинство, патриотизм, верность, альтруизм, трудолюбие, уважение к старшим, оказались неактуальными для современной молодежи, проводящей большую часть своего времени в Сети [1, с. 47]. На основе статистических данных, полученных путем социального опроса, они пришли к выводу, что на смену старым ценностям приходят новые – цифровые ценности: информация, прозрачность, стандартизация, функциональность, гибкость, скорость передачи информации, ориентированность на выгоду, на лайки, стремление к комфорту [2, с. 98].

Возникновение новых коммуникативных областей деятельности послужило своего рода триггером к переосмыслению моральных норм и правил, их традиционного значения. Как виды прикладной этики возникают компьютерная, сетевая, инженерная этики, которые выстраивают систему взаимоотношений между различными субъектами в коммуникационном пространстве современности. Однако наиболее ярким направлением при-

кладной этики, вышедшим за ее границы и учитывающим специфику бытия человека XXI в. является информационная этика.

Согласно работам Л. Флориди, информационная этика основывается на внутренней ценности информации и информационных сущностей, под которыми может пониматься любой объект либо бытие вообще. Любое действие, направленное на искажение или сокращение инфосферы, рассматривается как причинение вреда, т. е. как форма зла [3, с. 9].

В русле информационной этики получает свое развитие киберэтика. Т. Ю. Павельева в своих исследованиях дает следующее определение данному понятию: «современное направление прикладной этики, изучающее деятельность субъектов общественных отношений, использующих компьютер, иные элементы современных информационно-коммуникационных технологий (далее – ИКТ), которые являются атрибутивными признаками постиндустриального, информационного общества» [4, с. 94].

Киберэтика регулирует поведение пользователей в Сети и в процессе этого действия решает целый ряд проблем, таких как: 1) проблема формирования гуманной личности; 2) проблема регулирования поведения пользователей Сети; 3) проблема формирования информационной культуры; 4) разработка основных принципов деятельности пользователей социальных сетей и другие [5, с. 152].

Одной из наиболее значимых проблем интернет-коммуникации является легкость, с которой распространяется дезинформация и фейковые новости. Интернет обеспечивает мгновенный доступ к информации, но также создает условия для быстрого распространения ложных данных. Зачастую на просторах Интернета фейковые новости распространяются быстрее и шире, чем достоверные сообщения. Это объясняется сенсационным характером фейковых новостей, которые привлекают внимание и вызывают эмоциональный отклик, в то время как достоверные данные часто менее привлекательны.

В контексте данной проблематики интересна точка зрения Г. Л. Тульчинского. В своем исследовании автор отмечает, что на протяжении многих десятилетий мир устной и отчасти письменной коммуникации соотносился с реальностью посредством описания ситуаций, апеллирующих к непосредственному опыту личности, вызывая соответствующие ассоциации. Фильтром достоверности выступал сам человек, его окружение. С возникновением печати добавился авторитет автора, издателя, а потом и журналиста. Появление кино, телевидения и экранной культуры добавило наглядной убедительности в формирование смысловой картины мира. Однако переломным моментом, по мнению Г. Л. Тульчинского, стало возникновение социальных сетей и блогосферы, повлекшие за собой существенный рост количества информации, а также изменение ее качества. Исследователь отмечает, что «каждый блогер, каждый пользователь вно-

сит свой контент, свое понимание и свою правду». Такая ситуация, убежден Г. Л. Тульчинский, и является питательной средой, «бэкграундом постправды» и «фейков», за которыми могут стоять не только расчетливое манипулирование, но и шутки, спешные реакции, наивное доверие, непроверенные факты, спекуляция на оскорбленных чувствах. И это не утверждение, а мне ние, на которое его транслятор «имеет право» [6, с. 82].

Подобные действия по распространению дезинформации подрывают доверие к информации в целом и разрушают основу для конструктивного общественного диалога. Люди начинают сомневаться в достоверности любой информации, что ведет к общему снижению уровня доверия в обществе.

Современного автора информации мало интересует ее соответствие реальности, во главе угла ставится ее соответствие поставленной задаче воздействия. Для этого используется целый ряд приемов: адекватный контент в неадекватном контексте; ссылки на псевдоисточники; ложная, но ярко поданная информация; «скорректированная» реальная информация; осмеяние; несоответствие заголовков материалов их содержанию и т. п. Такого рода приемы активно применяются в рекламе, пропаганде [7].

Интернет, являясь мощным инструментом коммуникации, порождает сложные этические вызовы, связанные с распространением дезинформации, размыванием традиционных моральных ценностей и анонимностью пользователей. В этих условиях информационная этика и киберэтика выступают как ключевые направления для регулирования цифрового взаимодействия, формирования новой культуры общения и противодействия деструктивным явлениям в информационном пространстве.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Трубина, Н. А. Трансформация моральных ценностей в цифровой коммуникации / Н. А. Трубина, Л. Р. Миркушина // Вестник Московского городского педагогического университета. Серия: Философские науки. – 2022. – № 3 (43). – С. 44–56.
2. Чудакова, Е. А. Влияние Интернета на нравственные ценности молодежи / Е. А. Чудакова, Т. В. Баторова. – URL: <https://infourok.ru/statya-vliyanie-interneta-na-nravstvennie-cennosti-molodezhi-3400299.html> (дата обращения: 10.02.2025).
3. Floridi, L. Information Ethics: On the Theoretical Foundations of Computer Ethics, Ethics and Information Technology / L. Floridi // PhilArchive. – URL: <https://philpapers.org/archive/FLOIEO.pdf> (date of access: 10.02.2025).
4. Павельева, Т. Ю. Информационная культура: понятие, содержание / Т. Ю. Павельева // Социально-политические науки. – 2018. – № 5. – С. 94–96.
5. Курбакова, Д. О. Современная информационная этика и проблемы виртуальной коммуникации / Д. О. Курбакова // Сервис Plus. – 2021. – Т. 15, № 3. – С. 150–155.
6. Тульчинский, Г. Л. Цифровизация коммуникации и прикладная этика: ценностная регуляция, ответственность и паррессия / Г. Л. Тульчинский // Ведомости прикладной этики. – 2022. – № 2. – С. 80–90.

7. Тульчинский, Г. Л. Тело свободы : ответственность и воплощение смысла. Философско-семиотический анализ : монография / Г. Л. Тульчинский. – СПб. : Алетейя, 2019. – 470 с.

SONG JIAMIN¹, A. A. BIYUMENA²

¹Belarus, Minsk, BSU

²Belarus, Minsk, MSLU

MEDIA COVERAGE OF TRADITIONAL CHINESE FESTIVALS

With the development of society and changes in the media environment, media coverage of traditional Chinese festivals is facing new challenges and opportunities in terms of communication effects, cultural heritage and social impact. This study aims to solve the following scientific problems: first, to analyze the contents and forms of different media's coverage of traditional Chinese festivals, and to reveal their reporting modes and communication strategies; second, to study the effects and impacts of media coverage on the cultural inheritance and development of traditional Chinese festivals, including the awareness of traditional festivals, the identification with traditional culture, and the impacts of participation in traditional festivals; third, to understand the acceptance and evaluation of media coverage of traditional Chinese festivals by different audiences; fourth, to explore the relationship between media coverage and social and cultural changes by comparing the changes of media coverage in different periods, and to provide methods for optimizing media coverage.

This study mainly relies on the following theoretical concepts. First, the theory of cultural communication, the media, as an important carrier of cultural communication, plays a key role in the inheritance and dissemination of traditional festival culture, and realizes the transmission and sharing of culture through the reporting of historical origins of festivals, customary activities and other contents. Secondly, media environmentalism theory, which emphasizes the impact of media technology on society and culture. Different media environments will have different impacts on the way the media report traditional festivals as well as the communication effects, and will also change the way the audience receives and participates in the festivals. Third, the framing theory, when the media report traditional festivals, they will construct a specific reporting frame by selecting and emphasizing certain elements, which will affect the audience's perception and understanding of the festival.

Materials reported by many types of media during different traditional festivals were collected, including newspapers, television stations, news websites, social media platforms, and so on. Major traditional festivals such as Chinese

New Year, Lantern Festival, Qingming Festival, Dragon Boat Festival, and Mid-Autumn Festival were covered, with a time span of nearly ten years.

A combination of qualitative and quantitative research methods was used to comprehensively and thoroughly analyze the characteristics and impact of media coverage:

- content analysis method: quantitative analysis of the collected media reports, counting the number, themes, genres and lengths of the reports, as well as coding and categorizing the content of the reports to analyze the festival elements, cultural connotations and value orientations of their dissemination;
- case study method: Select representative media cases for in-depth analysis to explore the strategies, innovations and influence of their reports;
- questionnaire survey method: A questionnaire was designed to collect the views, attitudes and evaluations of audiences of different ages, genders and regions on the media coverage of traditional festivals through online platforms and field distribution, etc. Interviews: interviews were conducted with media practitioners to find out their views on the media coverage of traditional festivals;
- interview method: Conduct face-to-face or telephone interviews with media practitioners, cultural experts, and general audiences to understand their perceptions and evaluations of media coverage of traditional festivals.

Specific results of the research are as follows.

1. Characteristics of Reporting Content and Form.

Different types of media present different characteristics in reporting traditional Chinese festivals. Traditional mainstream media, such as newspapers and TV stations, emphasize in-depth reporting and excavation of cultural connotations, often in the form of special reports and series of reports, covering the historical origins, cultural practices and social significance of the festivals, which have a high degree of authority and credibility.

2. Role in Cultural Inheritance and Development.

Media reports have played a positive role in promoting the cultural inheritance and development of traditional Chinese festivals. Through the wide dissemination of knowledge about festival culture, it has raised public awareness of and concern for traditional festivals, and enhanced the national sense of cultural identity and national pride. At the same time, the media's coverage of innovative activities of traditional festivals, such as online Spring Festival Gala and online rituals, has provided a platform and impetus for the innovative development of traditional festival culture, so that it can better adapt to the needs of modern society.

3. Acceptance and Feedback of Different Audience Groups.

The study found that there are differences in the acceptance and feedback of traditional Chinese festivals media coverage among different audience groups. Young people tend to get festival information through social media and have higher demands on the fun and interactivity of the reports, while middle-aged

and old people rely more on traditional media and are more concerned about the depth and cultural connotation of the reports.

New insights on research questions are those of:

- impact of media convergence;

With the development of the media industry, traditional and emerging media have learned from each other and integrated and innovated in reporting traditional Chinese festivals, forming an all-round and multi-level communication pattern. This not only expands the communication scope and influence of festival coverage, but also provides audiences with richer and more diverse ways of participation.

- excavation and innovation of cultural connotations;

When reporting on traditional Chinese festivals, the media should pay more attention to the excavation and innovation of cultural connotation. They should not only inherit and carry forward the essence of traditional festival culture, but also innovate with the characteristics of the times and the needs of the audience, so as to make it more valuable and realistic.

- importance of cross-cultural communication;

As an important representative of Chinese culture, traditional Chinese festivals have an important position in international communication. The media should strengthen the cross-cultural communication of traditional Chinese festivals, show the charm of Chinese festival culture to the world through multiple languages and forms, and promote the exchange and dissemination of Chinese and foreign cultures.

XU CHANGXU¹, A. A. BIYUMENA²

¹Belarus, Minsk, BSU

²Belarus, Minsk, MSLU

MODERN PRACTICE AND NEW METHODS OF MEDIA EDUCATION

Media education is an interdisciplinary research field. Its core lies in cultivating individual's ability to understand, analyze and create media content. This field has a broad theoretical foundation, covering the knowledge system of multiple disciplines such as communication, pedagogy and psychology. Firstly, the theory of media literacy is one of the important cornerstones of media education. Media literacy emphasizes the ability an individual should possess when facing various media information, including but not limited to understanding the production process of media information, identifying the bias and intention in the information, and critically evaluating the authenticity and value of the information.

In the past few decades, with the rapid development of information technology, especially the popularization of the Internet and mobile devices, the media environment has undergone earth-shaking changes. This has not only changed the way people access information, but also put new demands on media education. For example, in the new media environment, the speed of information dissemination is accelerating, the amount of information is increasing dramatically, and the problem of false information is rampant is becoming increasingly prominent. Therefore, how to effectively carry out media education in this context has become the focus of academic circles.

China's media education system has experienced remarkable development over the past decades, which is closely related to the rapid socio-economic development of China and the growing demand for the media industry. However, despite the expansion, media education still faces many challenges. First, the uneven distribution of educational resources is a significant problem. Due to unbalanced regional economic development, the eastern coastal areas and big cities tend to have more high-quality educational resources, while the central and western regions and rural areas are relatively short of educational resources. This difference leads to a huge gap in the quality of media education received by students in different regions. The disconnect between theory and practice is another problem that needs to be solved. The traditional mode of education usually emphasizes the study of theoretical knowledge while neglecting the cultivation of practical operation ability. This situation directly leads to the employment difficulties of graduates and the low proportion of graduates working in the media industry, which has become a common problem faced by journalism colleges. As a result, many graduates need to re-learn how to apply what they have learned to practical work after entering the workplace.

Globally, the modes and methods of media education have their own characteristics, reflecting the different countries and regions' understanding of the media industry and their different needs for talent training. The United States and Europe, especially Germany, demonstrate two very different paths in this regard. In the United States, many universities have adopted the "lab" model to promote media education. This model emphasizes the development of practical skills, by involving students in real media projects, so that they can learn and grow by doing. Columbia's School of Journalism, for example, runs the Tow Center for Digital Journalism, which offers students a dual master's degree program that combines computer science and journalism. This not only helps students master the latest technological tools, but also teaches them how to apply them for in-depth reporting. The dual-track education system in Germany that combines theory and practice has a long history and was originally designed to solve the problem of disconnection between academic and vocational education. Under this model, students receive systematic theoretical knowledge education in

schools on the one hand, while gaining direct vocational experience through internships in enterprises or institutions on the other. For media education, this means that students not only learn the basic principles of communication, but also gain an in-depth understanding of the operation mechanism of the media industry through internships and other means. While Germany's dual-track approach has traditionally been more used in vocational education, in recent years the concept has also been introduced into higher education, especially in applied disciplines such as journalism and communication.

In the digital age, media education is facing unprecedented opportunities and challenges. In order to better adapt to this change, educators begin to explore the introduction of new tools and technologies to innovate the teaching mode. Virtual reality (further – VR) and augmented reality (further – AR) technologies, as emerging educational tools, are gradually being incorporated into the media education system, providing an immersive experience for learners and greatly boosting their interest and engagement. VR and AR technologies can create realistic virtual environments or augmented reality scenes that make students feel as if they are on the scene of a real news report or movie set. For example, in the teaching of journalism, students can simulate being at the scene of a disaster through VR technology, which not only increases the interest of learning, but also improves their ability to work in a high-pressure environment.

In addition, social media platforms are also seen as an effective way to promote student interaction and cooperation. Social media not only helps students share their own works, but also allows them to exchange ideas with other creators and make progress together. For example, social platforms such as Weibo and wechat have become an important channel for many college students to display their personal works and get feedback. At the same time, teachers can also use social media to organize online discussions, publish course materials and even conduct online tutoring, thus enhancing the interaction between teachers and students.

In conclusion, the continuous development of media education is essential to improve the public's information processing ability and build a healthy environment for public opinion. With the rapid development of information technology and the continuous emergence of new media platforms, the speed and breadth of information dissemination have reached an unprecedented level. Against such a background, it is particularly important to cultivate citizens with critical thinking and efficient information processing skills. Effective media education can not only help people identify false information, but also promote mutual understanding and respect among members of society, thus laying a solid foundation for building a harmonious society.

To achieve this goal, we need to establish a more open and inclusive international cooperation mechanism and jointly explore education models that meet the needs of the new era. Different countries and regions have their own unique

educational resources and experience, and through international exchanges and cooperation, they can learn from each other's successful cases.

Finally, in order to truly achieve the goals of media education, we also need to pay attention to the issues of educational equity and accessibility. Ensuring that all social groups have equal access to quality media education is key to building an informed, engaged and responsible society. This means not only providing adequate educational resources, but also considering how to overcome geographical and economic barriers, so that everyone has the opportunity to become a competent consumer and producer of information.

ФУ ЦЫЛИНЬ

КНР, Аньхой, Аньхойский университет

**АНАЛИЗ ОСОБЕННОСТЕЙ РУССКОГО ХАРАКТЕРА
И НАЦИОНАЛЬНЫХ ТРАДИЦИЙ НА МАТЕРИАЛЕ
КОМЕДИЙНОГО СЕРИАЛА «КАК Я СТАЛ РУССКИМ»**

Русский национальный характер формировался на протяжении веков под влиянием множества факторов: исторических потрясений, географических особенностей и культурных традиций. Современные медиапродукты, включая художественные фильмы и сериалы, позволяют наглядно проследить особенности национальной идентичности. В данной работе рассматривается комедийный сериал «Как я стал русским» как иллюстрация ключевых аспектов русского характера.

«Как я стал русским» (китайский: 战斗民成成记) – китайско-российский романтический комедийный фильм 2019 г. режиссеров Ся Хао и Акакия Сахелашвили по сценарию Андрея Золотарева и Лэй Гуанлина. Фильм является адаптацией российского комедийного телесериала 2015 г. Фильм рассказывает о молодом китайце по имени Пэн Пэн, который пытается добиться права жениться на русской женщине, в которую он влюбился, преодолевая испытания, которые устраивает ему будущий тест, чтобы помешать браку: соревнование по распитию водки, зимнее плавание в Заполярье, купание в жаркой бане, сумасшедшие гонки на машинах и другие удивительные для иностранца испытания с русским колоритом. На протяжении повествования зритель с любопытством ждет ответа на вопрос – есть ли у главного героя шанс завоевать сердце красавицы и жениться. В фильме хорошо описаны стереотипные представления китайцев и россиян друг о друге, отражены отличия во взглядах представителей двух стран на вопросы брака и семьи, а также множество других культурных различий между русскими и китайцами.

Сюжет фильма прост и линеен, а конфликт персонажей понятен любому зрителю. Примечательно, что в Китае и России зрители по-разному интерпретировали фильм. Китайские зрители отреагировали на фильм более позитивно, и большинству из них он понравился. Китайцы любят простые фильмы с понятными сюжетами и проблемами: простота и однозначность сюжета является одной из особенностей китайского кинематографа. Однако российская публика не так высоко оценила фильм, многие критиковали простоту сюжета и показанные в картине стереотипы о России. В фильме повсеместно отражены стереотипы русского и китайского народов друг о друге, как в плане персонажей, так и в плане сюжета и содержания.

Дуализм русского характера. Одной из центральных характеристик русского национального характера является его дуализм. Он проявляется в сочетании таких, казалось бы, противоположных черт, как стойкость и смирение, бунтарство и уважение к власти, широта души и жесткость. Исторически эта двойственность обусловлена многими факторами: от монгольского ига до советской эпохи.

В телесериале «Как я стал русским» данный дуализм демонстрируется через образы персонажей, сочетающих в себе такие черты, как суворость и доброжелательность. Например, герой-олигарх проявляет жесткость в бизнесе, но в семейной жизни отличается заботливостью и теплотой. Подобные примеры иллюстрируют противоречивость, но в то же время целостность русского характера.

Юмор и самоирония как механизм адаптации. Юмор и самоирония играют ключевую роль в русской культуре, выступая защитными механизмами в условиях сложных социальных и экономических реалий. Способность смеяться над собой помогает русским людям справляться с трудностями, не теряя достоинства.

В рассматриваемом сериале юмор используется как средство преодоления социальных и межкультурных барьеров. Главный герой-иностраниец сталкивается с многочисленными стереотипами о России, но благодаря юмористическим ситуациям он постепенно осознает глубину русской культуры. Таким образом, комедийная форма подачи не только делает сериал привлекательным для зрителя, но и выполняет важную культурно-просветительскую функцию.

Национальная гордость и коллективная идентичность. Национальная гордость русских людей основана на их истории, великих достижениях и культурном наследии. Она проявляется в уважении к традициям, любви к родной природе и стремлении сохранять национальные ценности. В телесериале национальная гордость отражается в сюжетных линиях, где персонажи демонстрируют глубокое уважение к истории страны, культуре и традициям. Например, сцены, в которых герои наслаждаются русской

кухней или обсуждают исторические события, подчеркивают важность национального самосознания.

Анализ телесериала «Как я стал русским» показывает, что русский характер представляет собой сложную систему, включающую такие ключевые характеристики, как дуализм, юмор, самоиронию, национальную гордость и коллективную идентичность. Эти черты формировались в течение веков и продолжают определять социальное поведение и мировоззрение русских людей. Понимание особенностей русского национального характера играет важную роль в межкультурной коммуникации, особенно в условиях глобализации. Взаимное изучение национальных особенностей может способствовать укреплению международного сотрудничества и культурного обмена, что особенно актуально в свете развития отношений между Россией и Китаем.

ZHANG XINYU¹, A. A. BIYUMENA²

¹Belarus, Minsk, BSU

²Belarus, Minsk, MSLU

THE ROLE OF TRADITIONAL MEDIA IN THE DIGITAL AGE: A CASE STUDY OF NEWSPAPER TRANSFORMATION

In the contemporary era of information deluge, the media has ascended to a pivotal position in national development and international rivalry. Russia, a nation with a profound history and a rich cultural tapestry, relies on its media industry to not only disseminate national culture but also to safeguard national interests and augment its international standing. Amidst the backdrop of information confrontation, the Russian media landscape is encountering a fresh set of challenges and opportunities that warrant in-depth exploration.

The Russian media ecosystem exhibits a remarkable degree of comprehensiveness. Traditional media, such as television, radio, and newspapers, have long served as the bedrock of information dissemination. Television, epitomized by channels like Russia-1 and Russia 24, commands a substantial viewership and wields significant influence across the nation. Russia-1, for instance, offers a diverse programming slate encompassing political analysis, cultural showcases, and entertainment, thereby catering to a wide spectrum of audience interests. Russia 24, on the other hand, is renowned for its incisive coverage of global events, providing Russians with a window to the world. Radio stations, too, fulfill a crucial role in diffusing information and cultural content. They are particularly instrumental in reaching remote areas where other media forms may face

limitations. Through programs dedicated to literature readings, music broadcasts, and news bulletins, radio maintains a connection with the populace.

In recent years, the proliferation of the Internet has catalyzed the burgeoning growth of Russian online media. A multitude of news websites have sprung up, each vying to provide timely and accurate reporting. Platforms such as RIA Novosti's website offer comprehensive coverage of national and international news, complemented by in-depth feature articles and expert commentaries. Social media platforms have also emerged as vibrant arenas of information exchange. VKontakte, the Russian equivalent of Facebook, has amassed a vast user base and has become a melting pot of news sharing, public discourse, and social interaction. Here, users can follow media pages, join groups dedicated to specific topics, and engage in lively debates, thereby contributing to the dissemination and shaping of public opinion.

In the global information arena, Russia finds itself besieged by information onslaughts and meddling from certain Western nations. During geopolitical crises or international sporting events, Western media outlets often resort to selective reporting and false narratives. This necessitates that the Russian media deftly navigate through the morass of false information, employing fact-checking mechanisms and robust rebuttal strategies to restore the truth and maintain a salutary public opinion climate.

The meteoric rise of digital technology has posed formidable challenges to the traditional modus operandi of the Russian media. To enhance content production efficiency, ensure precise distribution, and optimize user experience, the media must plow significant resources into nascent technologies like artificial intelligence, big data analytics, and blockchain. However, in comparison to leading Western powers, Russia encounters several impediments in research and development as well as application. Capital investment in technological innovation remains relatively scant, impeding the acquisition of state-of-the-art equipment and the recruitment of top-tier talent. Additionally, the brain drain phenomenon exacerbates the talent shortage, as skilled professionals are lured by more lucrative opportunities abroad. This dearth of resources and expertise hampers the media's ability to keep pace with the digital revolution.

The Russian media is uniquely positioned to capitalize on its cultural patrimony to amplify the promotion of national culture. By producing and disseminating high-caliber cultural programs, documentaries, and artistic creations, it can foster a deeper understanding and appreciation of Russian culture on the global stage. Television channels can commission documentaries that chronicle the evolution of Russian art forms, from the resplendent canvases of the Russian avant-garde to the intricate choreography of the Bolshoi Ballet. Radio stations can feature interviews with renowned Russian authors and musicians, providing insights into their creative processes. Online platforms can curate virtual exhibitions of Russian cultural heritage, making it accessible to a worldwide audience.

Through such endeavors, Russia can enhance its cultural soft power and project a more nuanced and attractive image abroad.

The ascendance of digital media has unfurled a panorama of opportunities for the Russian media industry to pioneer novel business models. The development of paid content, such as premium news articles, in-depth investigative reports, and exclusive interviews, can generate additional revenue streams. Online live broadcasts of cultural events, political debates, and sports matches can attract a global audience and monetize through advertising and sponsorships. Moreover, the integration of e-commerce platforms with media offerings presents a lucrative avenue. For instance, media outlets can partner with local artisans and vendors to sell traditional Russian handicrafts, books, and music albums recommended in their content. Some Russian media organizations have already embarked on this journey, implementing membership systems that grant subscribers access to exclusive content and perks. These initiatives have demonstrated initial success and hold the promise of sustainable growth.

In summation, the Russian media industry in the crucible of information confrontation is confronted with a duality of challenges and opportunities. To sustain its developmental momentum and international competitiveness, it must proactively counter external threats, redouble its efforts in technological innovation, and astutely exploit its inherent strengths. Concomitantly, the Russian government and society at large should rally behind the media sector, furnishing the necessary support and fostering an enabling environment conducive to its growth. Only through such a concerted approach can the Russian media industry thrive and continue to play a vital role in the nation's development and international communication.

ЧЭНЬ КАЙНИН

КНР, Аньхой, Аньхойский университет

ТРАДИЦИОННЫЕ КУЛЬТУРНЫЕ ЦЕННОСТИ КАК ИСТОЧНИК ФОРМИРОВАНИЯ КИТАЙСКИХ ИДИОМ

Китайские идиомы (成语) представляют собой важную часть китайского языка и культуры, отражая многовековые традиции, моральные нормы и философские учения. Их формирование обусловлено глубоким влиянием традиционных культурных ценностей, включая конфуцианство, даосизм, легизм (фазизм), а также национальный дух китайского народа. Изучение этих языковых единиц позволяет глубже понять не только китайский язык, но и особенности мировоззрения и поведения китайцев.

Влияние конфуцианства на китайские идиомы. Конфуцианство, как одна из фундаментальных философских школ Китая, оказывает значительное влияние на язык и культуру. Основные концепции конфуцианства – 仁 (чжэнь ‘гуманность’), 义 (и ‘справедливость’), 礼 (ли ‘ритуал’), 智 (чжи ‘мудрость’) и 信 (синь ‘доверие’) – нашли отражение в многочисленных идиомах. Идиомы, основанные на конфуцианском учении, отражают моральные нормы и отношения и служат основой поведения людей в социальных контактах:

- 仁者无敌 («Гуманному человеку нет равных») – подчеркивает превосходство добродетели;
- 信守承诺 («Сдерживать обещания») – демонстрирует значимость доверия и честности;
- 礼尚往来 («Проявление вежливости требует ответного уважения») – подчеркивает значение этикета и уважения.

Эти идиомы служат моральными ориентирами для китайского общества, сохраняя актуальность конфуцианского учения на протяжении веков.

Даосизм и его отражение в идиоматике. Даосизм, пропагандирующий гармонию с природой и естественный ход вещей, также оказал влияние на формирование китайских идиом. В основе даосских учений лежат принципы 道 (дао ‘путь’) и 无为 (у-вэй ‘недеяние’), что отражается в идиоматических выражениях:

- 顺其自然 («Следовать естественному ходу вещей») – призывает к принятию неизбежного;
- 无为而治 («Править без активного вмешательства») – выражает концепцию минимального вмешательства в процессы управления. Эти идиомы отражают глубокое понимание даосизма о законах природы и жизни, а также стремление к внутреннему покою и гармонии.

Влияние легизма на китайские идиомы. Легизм (фазизм) подчеркивает важность строгих законов и порядка в управлении государством. В результате сформировались идиомы, отражающие дисциплину и неукоснительное следование законам:

- 令行禁止 («Строго выполнять приказы и соблюдать запреты») – подчеркивает важность дисциплины. Данная идиома подчеркивает авторитет закона и значимость дисциплины, необходимой для обеспечения социального порядка. В древнем китайском обществе фазизм играл важную роль в сохранении стабильности и контроля в государстве, и эти идеи зафиксированы в идиомах, которые выражают приверженность к жестким законам и порядку в современном китайском обществе.

Отражение национального духа в китайских идиомах. Китайский народ на протяжении веков демонстрировал стойкость, сплоченность и патриотизм, что отразилось в идиоматике:

- 众志成城 («Общая воля строит крепость») – выражает силу единства.
- 愚公移山 («Юй Гун двигает горы») – символизирует настойчивость и трудолюбие;
- 精忠报国 («Верность и преданность родине») – отражает патриотизм и готовность служить стране.

Приведенные в качестве примера идиомы продолжают вдохновлять китайский народ на коллективное развитие и достижение целей.

Китайские идиомы – это не просто устойчивые выражения, а мощный инструмент передачи традиционных культурных ценностей. Они формируют мировоззрение, моральные принципы и общественные нормы, отражая философские учения, исторический опыт и национальный дух. Изучение идиом позволяет студентам не только расширить свой словарный запас и улучшить языковые навыки, но и глубоко понять традиционные культурные ценности Китая. В основе многих идиом лежат реальные исторические события. Кроме того, идиомы широко используются в семейном и социальном образовании, являясь важным средством передачи и пропаганды традиционных культурных ценностей.

Таким образом, традиционные культурные ценности Китая являются основным источником формирования китайских идиом. Мысли конфуцианства, даосизма, фазизма, традиционные этические концепции и национальный дух глубоко проникают в содержание идиом и являются неотъемлемой частью их формирования. Китайские идиомы, в свою очередь, не только являются языковым сокровищем, но и важным носителем традиционных культурных ценностей. Они способствуют передаче этих ценностей через язык, образование и социальное признание. Исследование связи между традиционными культурными ценностями и китайскими идиомами имеет важное значение для более глубокого понимания сути китайской культуры и эффективного развития национального культурного наследия. В современном мире мы должны уделять особое внимание идиомам как общекультурному сокровищу и активно извлекать их историко-культурное значение, чтобы дать новую жизнь традиционной культуре в новом веке.

Изучение идиом позволяет глубже понять китайскую культуру и способствует эффективному межкультурному взаимодействию. В современных условиях важно сохранять и передавать этот ценный языковой пласт, способствуя распространению традиционных ценностей в глобальном масштабе.

CHEN LINGLING

China, Anhui, Anhui University

DISSEMINATION AND IMPACT OF CHINESE CALLIGRAPHY ART IN BELARUS

As a treasure of Chinese culture, Chinese calligraphy has seen increasing international dissemination under the Belt and Road Initiative. Belarus, as a participating country, has deepened cultural and educational cooperation with China, making the study of calligraphy's dissemination and its impact on Chinese language teaching highly significant. Existing research primarily focuses on calligraphy's spread in Europe, America, and Southeast Asia, as well as its role in Chinese language education. However, targeted research on Belarus remains limited. This study aims to fill this gap by examining the current state of calligraphy dissemination in Belarus and its influence on Chinese language teaching, thereby promoting cultural exchange and educational development between China and Belarus.

The spread of Chinese calligraphy in Belarus is relatively recent but has developed rapidly. With the deepening of cultural exchanges between China and Belarus, calligraphy has become an important window for Belarusians to understand Chinese culture. Confucius Institutes, as key platforms for cultural dissemination, have played a crucial role in promoting calligraphy. For instance, Brest State University's Confucius Institute regularly hosts calligraphy exhibitions, workshops, and competitions, attracting numerous students and local residents.

Currently, calligraphy dissemination in Belarus shows a trend of diversification. Beyond Confucius Institutes, local cultural centers and art institutions have begun incorporating calligraphy courses. Some Belarusian artists have developed a strong interest in Chinese calligraphy, integrating its elements into their own artistic creations. However, the awareness and influence of calligraphy in Belarus still need improvement. Both China and Belarus should further emphasize the significance of calligraphy dissemination, using it as a tool to deepen cultural exchange and advance Chinese language teaching.

The importance of teaching calligraphy can be defined as follows.

Calligraphy serves as an auxiliary tool in Chinese language teaching, with teachers focusing on enhancing character learning through calligraphy. By teaching basic calligraphy knowledge and techniques, learners' Chinese character writing skills can be improved. Calligraphy and Chinese characters complement each other, and its content can be used as a supplementary teaching method to stimulate interest and facilitate character learning.

Calligraphy is an important carrier of Chinese culture. Through calligraphy, students can gain a deeper understanding of Chinese philosophical thoughts, aesthetic concepts, and artistic spirit, thereby enhancing cultural identity.

In the process of teaching Chinese to Belarusian students, we encounter some challenges of Chinese calligraphy:

1. *Insufficient Teacher Knowledge and Motivation.* Many Chinese language teachers lack systematic calligraphy training and theoretical knowledge, making it difficult to teach calligraphy effectively. Additionally, some teachers underestimate the importance of calligraphy teaching, leading to a lack of enthusiasm and initiative.

2. *Lack of Student Interest and Motivation.* Due to cultural differences and limited understanding, many Belarusian students lack interest in calligraphy, viewing it as unrelated to daily life. Moreover, students often perceive calligraphy as having little impact on improving their Chinese language proficiency.

3. *Monotonous Teaching Content and Lack of Materials.* Current calligraphy teaching often focuses on basic stroke practice and copying, lacking systematic theoretical and cultural context. Additionally, there is a shortage of suitable calligraphy materials tailored to Belarusian students' needs.

4. *Inadequate Facilities.* Many schools lack dedicated calligraphy classrooms and necessary equipment, such as brushes, ink, and paper, hindering students' ability to fully experience calligraphy.

We have worked out several strategies for Chinese calligraphy in Belarusian Chinese language teaching.

1. *Optimizing Teacher Training.* Enhance teachers' calligraphy skills and knowledge through expert lectures and study programs in China. Encourage teachers to engage in calligraphy research and practice to improve their teaching capabilities.

2. *Improving Teaching Content and Methods.* Incorporate traditional texts like The Thousand Character Classic to design engaging calligraphy lessons. Use diverse teaching methods, such as calligraphy competitions and exhibitions, to enhance student participation.

3. *Strengthening Curriculum and Material Development.* Develop calligraphy materials tailored to Belarusian students, covering techniques, history, and cultural context. Integrate calligraphy into the Chinese language curriculum and provide necessary teaching facilities.

This study examines the current state of Chinese calligraphy dissemination in Belarus and its impact on Chinese language teaching. While calligraphy has achieved some success in Belarus, challenges such as insufficient teacher knowledge, lack of student interest, monotonous content, and inadequate facilities persist. To promote calligraphy dissemination and Chinese language teaching, it is essential to enhance teacher training, improve teaching content and

methods, and strengthen curriculum and material development. With continued efforts and innovation, calligraphy has the potential to become a cultural bridge between China and Belarus, injecting new vitality into Chinese language teaching and cultural exchange.

А. В. ШУМАНСКАЯ

Беларусь, Минск, БГЭУ

СПЕЦИФИКА КОНЦЕПТА «ЖЕНЩИНА» В ЯЗЫКОВОМ СОЗНАНИИ БЕЛОРУСОВ И АМЕРИКАНЦЕВ

В настоящее время актуальны сравнительно-сопоставительные исследования, нацеленные проявить специфику национального менталитета и мышления носителей языка и культуры, выявить стереотипы их обыденного сознания через обращение к концептам как фрагментам языкового сознания народа.

Цель данного исследования – на основе сравнительно-сопоставительного анализа выявить общие и национально обусловленные черты концепта «Жанчына/Женщина/Woman» в языковом сознании белорусов и американцев.

Материалом исследования послужили данные, полученные в ходе серии ассоциативных экспериментов, проведенных среди жителей Беларуси и США, в которых приняло участие 200 человек (100 – белорусов и 100 – американцев). Задание для испытуемых звучало следующим образом: «Напишите на вашем родном языке первые пять слов или словосочетаний, которые ассоциируются у вас со следующими словами-стимулами: «жанчына/женщина/woman»».

Обработка полученных в ходе экспериментов материалов исследования осуществлялась по разработанной Н. И. Кургановой методике [1]. По итогам экспериментов было сформировано два ассоциативных поля, полученных от американцев и белорусов, каждое из которых включает 500 ассоциатов на заданное слово-стимул.

На первом этапе исследования нами было выделено стереотипное ядро каждого ассоциативного поля, включающее 10 наиболее частотных вербальных реакций. Так, в состав ядра ассоциативного поля, полученного от испытуемых-белорусов, вошли следующие 10 ассоциатов: *красота* 34 / *прыгажосць* 9, *любовь* 22 / *каханне* 7, *нежность* 18 / *пячота* 6, *мама* 13 / *маці* 8, *забота* 16 / *клопат* 1, *доброта* 11 / *дабрыня* 4, *красивая* 9 / *прыгожая* 3, *добрая* 10 / *добрая* 1, *ласка* 10 / *ласка* 1, *уют* 8 / *утульнасць* 3. Ядро содержит 194 ассоциата, что составляет 38,8 % от всего содержания поля.

Отметим, что $\frac{1}{4}$ (22 %) белорусов дали ответы на белорусском языке, остальные (78 %) – на русском. Данные на белорусском языке обрабатывались наравне с данными на русском языке.

Стереотипное ядро ассоциативного поля, полученного от американских испытуемых, представлено следующими 10 самыми частотными компонентами: *female* ‘лицо женского пола’ 34, *having XX chromosomes* ‘обладает женским генотипом’ 26, *feminist* ‘феминистка / сторонник равноправия между мужчиной и женщиной’ 25, *mother* ‘мать’ 21, *caring* ‘заботливая’ 20, *femininity* ‘женственность’ 15, *intelligence* ‘интеллект’ 15, *strategist* ‘стратег’ 15, *created from the Rib of Adam* ‘создана из ребра Адама’ 14, *nurturing* ‘воспитание детей’ 13. В стереотипное ядро ассоциативного поля входит 198 ассоциатов, что составляет 39,6 % от всего содержания поля.

На втором этапе был проведен сравнительно-сопоставительный анализ стереотипных ядер двух ассоциативных полей, в результате которого было установлено, что содержание стереотипного ядра существенно различается в двух группах испытуемых, что представлено в таблице.

Таблица – Результаты сравнительно-сопоставительного анализа стереотипных ядер концепта «Жанчына/Женщина/Woman»: белорусы и американцы

№ п/п	Вербальные ассоциаты концепта «Жанчына/Женщина»	Коли- чество, %	Вербальные ассоциаты концепта «Woman»	Коли- чество, %
1	Красота/прыгажосць красивая/прыгожая	28,4 %	<i>Female</i> ‘лицо женского пола’	17,2 %
2	Любовь/каханне	14,9 %	<i>Having XX chromosomes</i> ‘обла- дает женским генотипом’	13,2 %
3	Доброта/дабрыня/добрая	13,4 %	<i>Feminist</i> ‘феминистка’	12,6 %
4	Нежность/пяшчота	12,4 %	<i>Mother</i> ‘мать’	10,6 %
5	Мама/маці	10,8 %	<i>Caring</i> ‘заботливая’	10,1 %
6	Забота/клопат	8,7 %	<i>Femininity</i> ‘женственность’	7,6 %
7	Ласка	5,7 %	<i>Intelligence</i> ‘интеллект’	7,6 %
8	Уют/утульнасць	5,7 %	<i>Strategist</i> ‘стратег’	7,6 %
9			<i>Created from the Rib of Adam</i> ‘создана из ребра Адама’	7 %
10			<i>Nurturing</i> ‘воспитание детей’	6,5 %
Всего ассоциатов:		194		198

Сравнительно-сопоставительный анализ позволил выделить общие и культурно-специфичные компоненты, в том числе: только лишь 2 ассоциата (*мама/маці* (21), *mother* (21); *забота/клопат* (17), *caring* ‘заботливая’ (20)) являются общими в двух группах испытуемых, притом, что

не совпал регистр и количество данных ассоциатов, а также их значение (нейтральное / эмоционально-оценочное).

Что касается культурно-специфичных элементов, то восемь ассоциатов отмечены культурной спецификой в группе американских испытуемых: *created from the Rib of Adam* ‘создана из ребра Адама’ (14), *female* ‘лицо женского пола’ (34), *femininity* ‘женственность’ (15), *feminist* ‘феминистка’ (25), *having XX chromosomes* ‘обладает женским генотипом’ (26), *intelligence* ‘интеллект’ (15), *nurturing* ‘воспитание детей’ (13), *strategist* ‘стратег’ (15), а также восемь ассоциатов: *красота* (34) / *прыгажосць* (9), *любовь* (22) / *каханне* (7), *нежность* (18) / *пяшчота* (6), *доброта* (11) / *дабрыня* (4), *красивая* (9) / *прыгожая* (3), *добрая* (11), *ласка* (11), *уют* (8) / *утульнасць* (3) являются культурно-специфичным для группы белорусских испытуемых.

На следующем этапе исследования на основе анализа семантики вербальных компонентов стереотипных ядер, полученных от двух групп испытуемых, мы выделили ведущие смыслы одноименных концептов.

Так, ведущими смыслами концепта «Жанчына/Женщина» являются: 1) *женщина должна быть красивой* (28,4 %); 2) *главное призвание женщины – любовь* (14,9 %); 3) *женщина – это, прежде всего, мать* (10,8 %); 4) *женщина должна быть добрая* (13,4 %); 5) *женщина должна быть заботливой* (8,7 %); 6) *женщина должна быть нежной* (12,4 %); 7) *женщина должна быть ласковой* (5,7 %); 8) *женщина создает уют* (5,7 %).

Ведущими смыслами в содержании концепта “Woman” выступают: 1) *женщина – это лицо женского пола* (17,2 %); 2) *женщина обладает женским генотипом* (13,2 %); 3) *женщина – сторонница равноправия* (12,6 %); 4) *женщина – это мать* (10,6 %); 5) *женщина должна быть заботливой* (10,1 %); 6) *женщина – это стратег* (7,6 %); 7) *женщину отличает интеллект* (7,6 %); 8) *женщину отличает женственность* (7,6 %); 9) *женщина создана из ребра Адама* (7 %); 10) *женщина кормит и воспитывает детей* (6,5 %).

Все вышесказанное указывает на то, что смысловое содержание концептов «Жанчына/Женщина» и “Woman” нетождественно в языковом сознании белорусов и американцев. С точки зрения белорусов, современная женщина должна быть красивой, заботливой. Именно женщина создает в доме уют. Женщина окружает близких любовью, лаской, нежностью, добротой, т. е. женщина рассматривается с точки зрения выполнения ею традиционных функций.

В сознании американцев женщина противопоставлена мужчине, т. е. ее отличает пол, генотип и женственность как совокупность присущих ей черт. Женщина открыто заявляет о своих правах и осуществляет действия по их защите. Женщина – это мать, она кормит детей, заботится о них. В языковом сознании американцев высоко оценивается интеллект женщины,

она планирует и организует свои действия, проявляет себя как стратег, при этом сохраняется и религиозная подоплека – создана из ребра мужчины.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Курганова, Н. И. Образ мира через призму концептов повседневности : монография / Н. И. Курганова. – Минск : РИВШ, 2020. – 200 с.

С. Л. ЯКОВЛЕВА, В. И. ИГНАТЬЕВА

Россия, Казань, КИУ имени В. Г. Тимирясова

ПЕРЕВОД АПЕЛЛЯТИВНОГО ТЕКСТА СЕТЕВОГО АНГЛОЯЗЫЧНОГО РЕКЛАМНОГО ДИСКУРСА

Апеллятивный текст сетевого англоязычного рекламного дискурса характеризуется высоким уровнем креативности и в вербальном плане представляет собой уникальное сочетание стилистических приемов на уровне семасиологии, лексики и синтаксиса. Объектом исследования работы являются апеллятивные тексты рекламы детской одежды. Предмет исследования – особенности перевода сетевых англоязычных рекламных текстов указанной сферы. Материал исследования составляют тексты продвижения, представленные на сайтах *Bobo Choses*, *Levi's Kids*, *Trotters*, *Boden*, *Stonz*, *Sela kids*, *Primary*, *Colin's for kids*, *Oui*, *Reebok kids*, *M&S* и нек. др. Целью работы является выявление, описание и анализ приемов перевода рекламных англоязычных текстов детской одежды. Все переводы, содержащиеся в статье, принадлежат авторам данной работы.

Перевод рекламного сообщения предусматривает использование стратегии переадресации. Согласно О. В. Петровой, эта стратегия является общей программой перевода, направленной на написание текста на переводящем языке, и рассчитанного на реципиента, отличающегося от получателя исходного текста как национальностью и культурой, так и социальными особенностями [1, с. 20].

Рассмотрим несколько примеров перевода метафоры как довольно репрезентативной фигуры качества в апеллятивных текстах. Перевод метафоры может осуществляться с полным сохранением образа, семантики и синтаксической структуры исходного текста, например:

- *A world of creativity*. – Мир творчества [*Bobo Choses*].
- *Zip into the best night's sleep*. – Погрузись в самый лучший сон [*Baby mori*].

В представленном выше примере ориентационная метафора направлена «вниз», «вовнутрь», однако негативного значения не имеет, напротив, сообщение гарантирует получателю наличие полноценного сна.

– *Levi's kids* – Дети Ливайс.

Компания *Levi Strauss & Co* была основана в 1853 г. и с тех пор произвела неимоверное количество брюк и джинсов. Этот слоган дает возможность представить огромную армию взрослых и детей по всему миру в одежде этой фирмы. В рекламе используется игра слов, основанная на многозначности: дети – это и малыши, и приверженцы этой марки, воспитанные на любви и преданности ей, и просто наименование раздела сайта.

Следующий прием – перевод метафоры метафорой с полным сохранением образа при варьировании синтаксической структуры предложения:

– *Making childhood memories*. – Мы делаем детство запоминающимся [Trotters].

Сохранение рифмы при переводе исходного текста осуществляется при помощи модуляции, смыслового развития и приема дополнения, например:

– *Thoughtfully designed with mama and baby in mind*. – Мамы и дети у нас всегда в приоритете [Boden].

– *We dropped it, you rocked it*. – Мы подбросили, вы подхватили [Little sleepies].

Передача приема антитезы, как правило, передается с ее сохранением при переводе:

– *Styles for babies and kids, not boys and girls*. – Стиль для грудничков и малышей, а не мальчиков и девочек [Primary].

– *Get Them Comfy & Cozy* [Stonz].

Лексема ‘*comfy*’ – сокращенная форма от имени прилагательного *comfortable* употребляется в разговорной речи. Для сохранения стилистического регистра исходной фразы используем прием компенсации, создавая метафору: (Вам комфортно и удобно). – ‘Вы в своей тарелке’.

Экспрессивность и информативность реализуются при помощи графических выделений, когда в рекламном сообщении все компоненты начинаются с заглавной буквы. При переводе этот прием сохранили. Например:

– *Warm Hands, Happy Hearts!* – Тепло Рукам – Хорошо на Сердце! [Stonz].

– *Never Too Dressed Up for the Holidays!* – Уместный Наряд для Праздников! [Petit Bateau].

Кроме того, в приведенных выше примерах при переводе использовали семантическое варьирование – прием смыслового развития.

– *Happy Hearts* – Хорошо на Сердце!

Выражение *Never Too Dressed Up* – букв.: «Никогда не слишком разодетый для праздника» перевели как «Уместный Наряд для Праздников!» с сохранением паралингвистических особенностей слогана.

Рекламные слоганы в повелительном наклонении переведены на русский язык также с использованием императива:

– *Twirl and sparkle. [Little sleepies].*

Используя прием добавления, перевели как «Крутись и сияй новыми красками».

– *Zip into the best night's sleep.* – Погрузись в самый лучший сон [Baby mori].

При переводе сохранили использование имен прилагательных в сравнительной и превосходной степени, а также прилагательных, имеющих положительную коннотацию:

– *The coolest images for your minions.* – Самые крутые образы для ваших любимчиков [Philipp Plein].

– “*At Primary, we make all clothes, in all colors, for all kids*”. – Наша одежда самая разная, в самых разных цветах, для самых разных детей [Primary].

Односоставные неполные предложения переводили с сохранением синтаксической структуры простого предложения. Например:

– *Just. Too. Cute.* – Просто. Слишком. Милый [M&S].

В приведенном выше примере используется наречие *just* для усиления эмоциональности выражения, что в сочетании с членением предложения служит эмфатическому выделению, ритмической организации и лучшему запоминанию слогана.

Перевод апеллятивного текста рекламного дискурса всегда представляет интересную задачу для переводчика и способствует развитию его креативного мышления в ходе реализации цели сохранения смысла путем сопоставления семантической и ситуационной информации, учета контекста, культурных реалий и оказании желаемого коммуникативного эффекта на реципиента.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Петрова, О. В. Прагматическая адаптация и переадресация текста при переводе / О. В. Петрова // Проблемы переводоведения : сб. науч. тр. – Н. Новгород : НГЛУ им. Н. А. Добролюбова, 2010. – Вып. 13. – С. 17–23.

СОДЕРЖАНИЕ

ПЛЕНАРНОЕ ЗАСЕДАНИЕ

Плисов Е. В. Роль образных средств в реализации дискурса здорового образа жизни (на материале немецкой публицистики).....	3
Зиневич Н. В. Специфика взаимодействия категорий субъектности и агентивности в новостном дискурсе экологической тематики	6
Нестерук И. Ф. Текстовая деятельность как компонент содержания языкового образования	14

СОВРЕМЕННЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ЛИНГВИСТИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ

Архипов Д. В. К вопросу о способах выражения речевого акта обвинения в современном английском языке	17
Бабина Л. В. Интерпретационный потенциал сравнения в социальной рекламе.....	20
Барышова Д. З., Яковлева С. Л. Анализ морфологической структуры терминов интернет-маркетинга	23
Важник О. Н. Формирование национального английского языка в период ранней истории британских островов.....	25
Rong Fei. Features of Chinese internet language.....	28
Заборовская О. С. Прилагательные с компонентами <i>-ideus</i> и <i>-formis</i> в анатомической терминологии	31
Зозуля О. Л. Языковая категоризация как способ организации и упорядочения знаний	35
Иванов В. Д. Фокусная частица <i>allein</i> в функции коннектора (на материале немецкого языка)	38
Лапа О. В., Поклад Д. С. Лингвистический анализ как важный этап в исследовании терминологии динамически развивающихся предметных областей	41
Ленко А. М., Маслова М. Е. Специфика прозвищных наименований исторических деятелей английской лингвокультуры	43
Лешкевич К. В., Маслова М. Е. Характерные особенности медицинских рекламных слоганов в английской лингвокультуре	46
Лисовская И. В. Использование метафор в юридическом языке.....	49
Нечай М. А. Термины-эпонимы предметной области «оториноларингология» (на материале немецкого языка)	51
Новик У. Н., Маслова М. Е. Триллеры в англоязычном кинематографе: лингвопрагматический подход к названиям	54
Пилипенко С. А. Словообразовательные модели имен прилагательных с позиции политкорректности языка.....	57

Сунь Жуй. Комплемент длительности в китайском языке: грамматические особенности и употребление	59
Тарашкевич Е. И. Лексические особенности текстов научно-популярного стиля	61
Чалова О. Н. Ссылки на сомнение в англоязычном научном диалоге	64
Щедрова Д. Н., Маслова М. Е. Специфика рекламных текстов гастрономической продукции в английской лингвокультуре	68
Ярошук М. В. Языковые особенности использования неологизмов в англоязычной прессе	71

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ СОВРЕМЕННОГО ЛИТЕРАТУРОВЕДЕНИЯ

Бахур И. Н. Обретение баланса в поиске идентичности героиней романа Д. Лахири «Тезка».....	75
Белоусова Э. А. Легенда о Тристане и Изольде в стихотворении Юлиуса Мозена «Король Марк и Изольда»	77
Буевич Д. А. Рецепция философских и художественных исканий Ж.-П. Сартра в творчестве А. Мердок	80
Гвоздик И. С. Женская субъективность и социальные ограничения: анализ романа Энн Бронте «Незнакомка из Уайлдфелл-Холла» в контексте XIX и XXI вв.	84
Дягель С. Н. Ономастические реалии в романе М. Энде «История, которой нет конца»: лингвокультурологический аспект	87
Зиганшина Н. Ф., Муртазина Д. А. Переосмысление мифа о грехопадении в «Заметках» Элиаса Канетти.....	91
Карасельникова А. Н., Маслова М. Е. Лингвостилистический анализ образа героя в англоязычной литературе фэнтези.....	93
Кузменкова Т. М. Художественное осмысление категорий «добро» и «красота» в стихотворениях в прозе О. Уайльда.....	96
Маслова М. Е., Кухарчик З. В. Стилистика современного англоязычного фантастического романа (на основе анализа произведений Паоло Бачигалупи)	99
Петровская В. А. Жанроформирующие факторы цикла рассказов С. Моэма «Трепет листа: маленькие истории островов Южного моря»... ...	102
Поўх I. В. Рэтраспектыўная тэмпаральнасць верша Шона Х'юіта “Дрыяды”	105
Романюк М. В. Постмодернистские стратегии в романе Хилари Мантел «Ведите обвиняемых».....	106
Сальникова Е. Г. Конфликт в пьесе Юджина О'Нила «Долгий день уходит в ночь».....	109

Столярчук Н. Н. Женские образы в романе Донны Таррт	
«Тайная история»	113
Тищенко Ю. А. Игра в жизнь в романе О. Уайльда «Портрет	
Дориана Грея».....	115
Хомутская Н. И. Немецкоязычный короткий рассказ: взгляд извне	
и изнутри	117
Шабуня Ю. Д. Образ замка в романе А. Радклиф «Итальянец».....	120

МЕЖЪЯЗЫКОВАЯ И МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Банникова Е. Л. Преимущества и трудности межкультурного	
взаимодействия в развитии современного общества	123
Буров А. А. Художественный перевод в эпоху искусственного	
интеллекта: особенности переводческих стратегий	125
Гуль М. У. Паўторнае запазычванне ў сучаснай беларускай мове	
(на матэрыяле англіцызмаў).....	128
Гурина Н. М. Заимствованные <i>nomina agentis</i> в современном	
русском языке (по данным лексикографических словарей)	131
Ильичева И. Л. Человеческий потенциал в медиаобразе	
Брестского региона.....	134
Ківака В. В. Пропуск слоў у мастацкім перакладзе нямецкамоўнага	
тэксту.....	137
Князева Ю. В., Ясюкевич Е. А. Мотивация студентов медицинского	
вуза к межкультурному взаимодействию	140
Корнеева О. С. Полиязычные эргонимы-предложения в сфере	
общественного питания Беларуси	143
Потокская Д. П. Межкультурная коммуникация как залог успешного	
обучения иностранным языкам	146
Резько П. Н. Русизмы в английском языке в XX в.....	148
Саакян А. К. Архитектурное пространство как социокультурный	
феномен.....	151
Савко А. А. О памяти и нарративе	154
Сердюкова Е. И. Культурологические особенности изучения	
русского языка как иностранного.....	157
Стрижевич Е. Н. Влияние заимствований на культурную	
идентичность и восприятие языковой среды	160
Суббота Н. С. Этика цифрового общения: границы и ценности	162
Song Jamin, Biyumena A. A. Media coverage of traditional Chinese	
festivals.....	165
Xu Changxu, Biyumena A. A. Modern practice and new methods	
of media education	167

Фу Цылинь. Анализ особенностей русского характера и национальных традиций на материале комедийного сериала «Как я стал русским»	170
Zhang Xinyu, Biyumen A. A. The role of traditional media in the digital age: a case study of newspaper transformation	172
Чэнь Кайнин. Традиционные культурные ценности как источник формирования китайских идиом	174
Chen Lingling. Dissemination and impact of Chinese calligraphy art in Belarus.....	177
Шуманская А. В. Специфика концепта «женщина» в языковом сознании белорусов и американцев.....	179
Яковлева С. Л., Игнатьева В. И. Перевод апеллятивного текста сетевого англоязычного рекламного дискурса	182

Научное издание

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ГЕРМАНСКОЙ ФИЛОЛОГИИ И ЛИНГВОДИДАКТИКИ

Материалы конференции

В двух частях

Часть 1

Подписано в печать 03.11.2025. Формат 60×84¹/16. Бумага офсетная.

Гарнитура Таймс. Ризография. Усл. печ. л. 10,93. Уч.-изд. л. 11,36.

Тираж 55 экз. Заказ № 395.

Издатель и полиграфическое исполнение:

УО «Брестский государственный университет имени А. С. Пушкина».

Свидетельство о государственной регистрации издателя, изготовителя,

распространителя печатных изданий № 1/55 от 14.10.2013.

Ул. Мицкевича, 28, 224016, Брест.