МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ МИНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ Кафедра иноязычного речевого общения

ОБУЧЕНИЕ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ ДЛЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ ЦЕЛЕЙ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА

Сборник научных статей

Минск, 17 мая 2019 г.

УДК 81(082) ББК 81я4 О-26

Рекомендовано Редакционным советом Минского государственного лингвистического университета. Протокол № 3(58) от 24.11.2020

Редакционная коллегия: Е. В. Беланович (*ответственный редактор*), Е. Г. Задворная, А. А. Баркович, С. Е. Борзенец

Обучение межкультурной коммуникации для профессиональных О 26 целей: теория и практика : сб. науч. ст., Минск, 17 мая 2019 г. / редкол. : Е. В. Беланович (отв. ред.) [и др.]. – Минск : МГЛУ, 2021. – 200 с.

ISBN 978-985-28-0030-3

В данном издании освещаются актуальные проблемы лингвистики и методики преподавания иностранных языков, рассматриваются теоретические и методологические аспекты профессионально-ориентированного обучения межкультурной коммуникации и актуальные вопросы теории и практики перевода.

Предназначается для специалистов в области лингвистики, переводоведения, преподавателям иностранных языков, а также аспирантам и магистрантам гуманитарных специальностей.

УДК 81(082) ББК 81я4

Секция 1

МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ В КОНТЕКСТЕ ПРЕПОДАВАНИЯ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА

О. В. Василевская, Е. А. Чеботарева (МГЛУ, Минск, Беларусь)

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИГРОВОГО ОБУЧЕНИЯ В ПРЕПОДАВАНИИ ГРАММАТИКИ КАК СПОСОБА МОТИВАЦИИ СТУДЕНТОВ

Игровое обучение представляет собой форму учебного процесса в условных ситуациях, направленную на получение и усвоение знаний, умений и навыков. В настоящее время такая технология обучения часто называется эдьютеймент (от англ. 'edutainment'), что означает образование через развлечение, образование без принуждения [1].

Среди методистов нет единого мнения о сущности данной образовательной технологии и единого общепринятого термина. Западные ученые считают, что эдьютеймент представляет собой «эффективный баланс между информацией, мультимедийными продуктами, психологическими приемами и современными технологиями», рассматривают его как «представление опыта и развлечений через созидание» или как «соединение социального заказа с развлекательным механизмом». В русской школе методики обучения также нет единства в определении данной инновационной технологии. В отношении образования с элементами развлечения используют такие термины, как цифровой контент, игразование, креативное образование, неформальное образование и пр. [1]. В данной статье мы будем оперировать термином игровое обучение.

Игра сопутствует человеку на всех этапах его жизни. Это всем известная, привычная и любимая форма деятельности человека. Следовательно, она может иметь большое значение для образовательного процесса. Игра в образовательного процесса. Игра в образовательного вательности в условных ситуациях, направленная на воссоздание и усвоение общественного опыта, фиксированного в социально закрепленных способах осуществления предметных действий, в предметах науки и культуры» [2, с. 127] или как «особый вид человеческого взаимодействия, предполагающий роле-вые позиции и соответствующие правила их исполнения» [3, с. 9].

Игровое обучение, на наш взгляд, является одной из самых эффективных технологий обучения. Мы разделяем мнение С. А. Шмакова, который утверждает, что «любая игра информативна, любая игра — познание, творчество, изобретательство. Она, как особая форма активной деятельности, направлена на познание окружающего мира и воздействие на него. Уже поэтому ее стоит включать в арсенал педагогических средств» [4, с. 121].

Перечислим основные характеристики, присущие игровому обучению. Во-первых, игра представляет собой развивающую деятельность, которая по сути своей является свободной. Иначе говоря, она предпринимается по указанию учителя, но без его диктата и непосредственного участия, и осуществляется учениками по желанию, часто ради самого процесса игры. Во-вторых, игра — это активная творческая деятельность, имеющая импровизационный характер. Также игровое обучение также несет в себе эмоциональную составляющую, поскольку игра — это напряженная, состязательная, конкурентная деятельность. Помимо этого, игра является таким видом деятельности, которая осуществляется в рамках прямых и косвенных правил, отражающих содержание игры и элементов общественного опыта, т.е. это деятельность, имеющая имитационный характер. В игровом обучении моделируется профессиональная или общественная среда жизни человека. Другими словами, игровое обучение — это развлечение с четко поставленной образовательной целью и соответствующим педагогическим результатом [5].

На наш взгляд, главным признаком игрового обучения (в нашем случае языкового) является то, что данная технология имеет двойственную природу. С одной стороны, это деятельность условно свободная, предпринимаемая ради самого процесса игры. С другой стороны, такая технология обучения представляет собой деятельность контролируемую, направленную на усвоение определенных навыков. Образовательная функция игрового обучения сопутствует развлекательному моменту и для студентов может отходить на второй план. Таким образом, игра — это обучение без обучения, нацеленное на развитие навыков, необходимых для освоения конкретного предмета, и личностных качеств, требуемых для успешной карьеры и жизнедеятельности.

В рамках игрового обучения необходимо четко определить роль преподавателя. Его задачей является создание таких условий, при которых достигается максимально высокий уровень заинтересованности в игре и добровольной активности учащихся. А обучающая игра должна максимально симулировать ситуацию, в которой они предпринимают усилия, аналогичные усилиям в ситуации реального общения.

Игровое обучение — это активная деятельность, которая вносит необходимое разнообразие в монотонность традиционного занятия и учитывает индивидуальные особенности студентов. Продуктивность такого обучения достигается за счет высокого уровня эмоциогенности игры и вовлеченности участников процесса. Обучающиеся концентрируются на решении стоящей перед ними задачи, увлекаются ей и неосознанно начинают развивать необходимые умения и навыки. Также игровое обучение часто позволяет сочетать умственную и физическую активность студентов. Вместе с аудиоили видеорядом, часто сопровождающим игровое обучение, это помогает преподавателю реализовывать индивидуальный подход к обучению, поскольку учитывает психофизиологические особенности обучающихся с разными типами восприятия: аудиалов, визуалов, кинестетов и дигиталов.

Подобно другим групповым видам обучения, игра позволяет не только приобретать знания, умения и навыки, но и делиться знаниями и исправлять ошибки других членов команды, т.е. способствует взаимообучению студен-

тов. К тому же, игра часто имеет соревновательный аспект, а конечный результат сопровождается получением приза. Причем приз в игровом обучении может быть не только осязаемым, таким, как, хорошая отметка, грамота. Студент также получает моральное удовлетворение: похвала преподавателя, публичное объявление победителей. Отметим, что моральная составляющая является мощным средством мотивации обучающихся, поскольку она стимулирует самоутверждение студента, повышение его самооценки и т.п.

В преподавании грамматики английского языка в языковом вузе игровое обучение является необходимым компонентом симуляции условий реальной коммуникации. Другими словами, эта технология демонстрирует, в каких типах межличностного и институционального дискурса студенты будут использовать изучаемые грамматические явления в реальной жизни. Наиболее распространенными формами игрового обучения на занятиях по грамматике на первом и втором курсе факультета межкультурных коммуникаций является использование видео- и аудиоконтена, интервью, симуляция, конкурсы, настольные игры и другие виды деятельности, кото-рые демонстрируют основные черты игрового обучения.

Одним из наиболее продуктивных и интересных для студентов является использование видеоматериалов для презентации грамматических явлений, закрепления изученного грамматического материала, а также вывода в коммуникацию. Приведем пример фрагмента занятия, направленного на развитие навыков использования условных предложений третьего типа, основанного на просмотре отрывка из фильма «Загадочная история Бенджамина Баттона».

Работа с данным видеофрагментом состоит из трех этапов: задания перед просмотром, задания во время просмотра и после просмотра, каждый из которых имеет свою задачу. Первое задание перед просмотром отрывка направлено на активацию фоновых знаний студентов: *Have you ever heard anything about "The Curious Case of Benjamin Button?"* Далее, для мотивирования студентов к просмотру им предлагается угадать, в каком порядке в фильме могут происходить перечисленные события:

- The man had forgotten to set his alarm.
- The shoe lace got broken.
- The cab was blocked by a delivery truck.
- A taxi driver stopped to get a cup of coffee.
- A phone rang and the woman stopped to answer it.
- The taxi stopped for a man crossing the street.
- A man had left for work 5 minutes later than he normally did.
- *The package wasn't wrapped in time.*
- The sales girl had broken up with her boyfriend the night before and forgot to wrap the package.
 - A woman forgot her coat and went back to get it.

Затем следует этап просмотра, в течение которого они проверяют свои догадки, расставляя события в правильном порядке. Второе задание на этапе просмотра нацелено на отработку изучаемых грамматических явлений, по-

скольку его формулировка и пример ответа содержат формы глагола, выражающие нереальные действия: Watch the extract again and say what would have happened if at least one of the things mentioned before hadn't happened. E.g.: Daisy wouldn't have been hit by the taxi if

Далее следует этап вывода тренируемых грамматических явлений в речь:

- How do you think Daisy's life changed after the accident considering the fact that she was a ballet dancer? What would her life be like if the accident hadn't happened?
- Think about any event that could have changed your life in a good or bad way.

В подобные коммуникативные задания можно ввести дополнительный элемент игры, предложив студентам работать в группах с целью придумать наиболее интересный вариант ответа на вопросы. Также, для того, чтобы разнообразить формы работы, последнее задание может выполняться в форме интервью с перемещением студентов по аудитории для поиска наиболее необычной личной истории или наиболее типичного ответа.

Для игрового обучения на занятиях по грамматике мы также часто используем аудиоматериалы, например, песни, поскольку музыка входит в круг первичных интересов большинства студентов. Так, песня К. Р. Джепсен «Call Me Maybe» используется для развития навыков использования форм неправильных глаголов. Такое занятие вносит в рутинную тренировку, необходимую для отработки навыка, развлекательный компонент, необходимый для мотивации студентов. Первое задание перед прослушиванием песни направлено на активацию знаний: Give past simple, past participle and -ing forms of the verbs from the song (hold, take, throw, come, blow, give, show, know, meet, miss, look). Далее студентам предлагается вставить подходящий по смыслу глагол в форме прошедшего простого или продолженного времени в текст песни. На этапе прослушивания песни студенты проверяют правильность своих ответов. Далее идет условноречевой этап: Why is the song called "Call Me Maybe"? What happened to the hero?

Большим потенциалом в плане игрового обучения грамматике обладает тема «Модальные глаголы». К примеру, для закрепления и вывода в речь грамматического навыка по использованию модальных средств выражения совета студентам предлагается разделиться на группы по три—четыре человека, каждая из которых должна дать совет в нескольких проблемных ситуациях. На обсуждение одной ситуации отводится пять минут, затем группы обмениваются ситуациями. В конце игры каждая группа предлагает свой вариант выхода из каждой ситуации, а весь класс голосует за лучшее решение проблемы. Это же задание можно разнообразить, включив в него элемент подвижности: преподаватель развешивает описание ситуаций на стенах аудитории, а студенты двигаются по классу и работают стоя.

Мы также используем игры, связанные с перемещением по аудитории одного или всех студентов, для развития навыков употребления глагольных форм настоящего продолженного времени или наречий. Например, студент изображает действие, указанное в карточке, а остальные пытаются угадать, что и как он делает в данный момент. Вариацией этого задания может быть ситуация, когда один студент выходит из аудитории, а в это время остальные студенты получают карточки с заданиями. После возвращения в класс студент должен угадать, какие действия в данный момент изображают его одногруппники.

Помимо этого, в обучении грамматике очень популярны настольные игры, которые позволяют тренировать практический любой грамматический материал, увеличивают время говорения студентов на занятии, снижают время говорения преподавателя и вносят разнообразие в формы работы. Подобные игры, где студенты должны выполнить грамматическое задание для того, чтобы продвинуться вперед по игровому полю, направлены на отработку таких грамматических явлений, изучаемых на первом и втором курсе, как артикли с различными классами существительных, модальные глаголы и выражения, формы условного наклонения, видовременные формы глагола.

Также с целью обращения к кинестетическому и дигитальному типу восприятия и запоминания информации можно использовать игру «Угадай предмет». Эта игра рассчитана на развитие навыков употребления модальных глаголов. В этой игре преподаватель предлагает студентам наощупь определить, какие предметы находятся у него в секретной коробке, и, исходя из формы, материала и своих ощущений высказать предположение о том, что это может быть, используя модальные глаголы для выражения уверенности или неуверенности.

Поскольку одним из основных признаков игрового обучения является соревновательный характер деятельности, при преподавании грамматики английского языка на первом и втором курсах мы используем конкурсные задания: выполнение заданий на время («Кто быстрее»), придумай самый необычный, интересный вариант ответа и т.п. Также в рамках обучения грамматике мы проводим ежегодный грамматический конкурс для студентов второго курса.

Конкурс состоит из нескольких этапов. Вначале студенты собираются в команды, передвигаясь по классу и составляя вместе разрозненные части английских пословиц. Первое задание конкурса является творческим: команды должны придумать оригинальные названия, которые связаны с грамматикой. Оно направлено на знакомство участников команд и создание командного духа. Второе испытание в конкурсе активизирует фоновые грамматические знания студентов, тестирует их знание теории и подготавливает к последующим более практическим конкурсам. Оно заключается в том, что команды должны решить кроссворд, в котором зашифрованы 16 грамматических терминов. Эти термины охватывают основной спектр грамматических явлений, с которыми студенты будут работать на следующих этапах

конкурса. Третье задание – это поиск ошибки. Его ценность заключается в том, что студенты корректируют не искусственно созданные предложения, а ошибки на 16 фотографиях, отображающих реально существующие надписи с нарушением языковых норм. Затем команды письменно выполняют грамматический тест, состоящий из 35 пунктов с заданиями на множественный выбор и перевод с использованием активных грамматических и лексических структур второго курса. Пятое испытание – расшифровать и записать 10 телефонных сообщений, написанных на современном молодежном сленге с использованием аббревиатур и сокращений. Данное задание обладает не только образовательной, но и коммуникативной ценностью для студентов, поскольку оно демонстрирует студентам реальный язык, который используют их сверстники из стран изучаемого языка в сфере их непосредственных интересов (проведение каникул, общение с друзьями, родителями, учеба в университете). Отметим, что конкурс проводится с использованием современных информационных технологий, все задания сопровождаются презентацией с использованием программы Smart Notebook и музыкой.

Поскольку основа любого конкурса как формы игрового обучения — это соревновательность, каждое испытание конкурса имеет ограничение по времени, и на всех этапах конкурса оценивается не только правильность выполнения задания, но и скорость, поскольку команда, выполнившая задание первой, получает дополнительные баллы. Данная форма поощрения направлена на то, чтобы студенты, помимо сугубо грамматических навыков, в ходе испытаний развивали такие качества, как командный дух и взаимопомощь. В конце конкурса команда-победитель получает приз — грамоту и высший балл по текущему контролю, что вместе с повышением самооценки студентов и осознанием своей успешности является мощным стимулом к дальнейшему изучению грамматики.

Резюмируя, отметим, что игровое обучение обладает высоким мотивационным потенциалом для образовательного процесса. Использование аудио- и видеоматериалов, различных игр и конкурсов стимулирует познавательную деятельность студентов, активирует их фоновые знания, развивает их личностные качества, командный дух, взаимопомощь и взаимообучение.

ЛИТЕРАТУРА

- 1. Игровое обучение [Электронный ресурс] / Wikimedia Foundation, Inc. San Fransisco, 2019. Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0-%98%D0%B3%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D0%B5_%D0%BE%D0 %B1%D1%83%D1%87%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5. Дата доступа: 1.05.2019.
- 2. Петровский, А. В. Психология: Словарь / А. В. Петровский, М. Г. Ярошевский. 2-е изд., испр. и доп. М.: Политиздат, 1990.-494 с.
- 3. *Рюмшина*, Л. И. Игры и манипуляции в межличностном общении / Л. И. Рюмшина; Ростов. ун-т. Ростов н/Д, 1997. 48 С.

- 4. Шмаков, С. А. Игры учащихся феномен культуры / С. А. Шмаков. М.: Новая школа, 2004. 240 с.
- 5. *Кругликов*, *В. Н.* Активное обучение в техническом вузе: теория, технология, практика / В. Н. Кругликов ; Воен. инж.-техн. ун-т. СПб. : ВИТУ, 1998. 308 С.

С. М. Володько, Т. В. Жмакина (БГЭУ, Минск, Беларусь)

ИППК И CLAC КАК МОДЕЛИ ФОРМИРОВАНИЯ ИНОЯЗЫЧНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ СТУДЕНТОВ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

Интернационализация всех сфер общественной жизни и развитие международных связей придают сегодня особую актуальность проблеме мирового уровня общения. Необходимость владения иностранными языками в условиях интеграции культур, мобильности населения, открытия границ в сфере мировой экономики стали насущной проблемой. Более того, владение иностранным языком должно обеспечить «адекватное взаимопонимание двух участников коммуникативного акта, принадлежащих к разным национальным культурам» [1, с. 247]. Этот тезис, выдвинутый Е. М. Верещагиным и В. Г. Костомаровым и положивший начало разработке проблемы межкультурной коммуникации, является сегодня одним из основополагающих принципов процесса обучения иностранному языку, предполагающим взаимосвязанное изучение языка и культуры народа, говорящего на нем.

Язык и культура представляют собой единство, находящееся в постоянном взаимодействии, где ведущим компонентом является культура и где отношения между языком и культурой можно обозначить как отношения части и целого [2, с. 77]. В то же время язык автономен по отношению к культуре в целом, что подтверждается тем фактом, что знание единиц иностранного языка и правил их функционирования в речи не сделают язык средством общения. Чтобы он стал таковым, необходимо познать культуру носителей языка. Язык является призмой, через которую человек смотрит на мир. Культурная и языковая картины мира у каждого народа своя, и реализуется культурная картина мира в языке, являющемся и хранителем, и передатчиком культурных ценностей. В процессе изучения иностранного языка происходит овладение и новым языковым кодом, и культурными достижениями, обычаями, образом жизни носителей этого кода. Включение культуроведческой составляющей в процесс обучения иностранному языку является безусловной необходимостью для достижения целей формирования компетенций межкультурного общения. Чрезвычайно точно высказался по этому поводу Г. В. Колшанский, указав, что «включение в программу обучения иностранным языкам культурологических сведений, реалий и т.д. связано не со стремлением придать учебному процессу занимательность, а с внутренней потребностью самого процесса обучения» [3, с. 11]. Эта потребность процесса обучения предполагает создание культурно-центрирован-

ной парадигмы преподавания иностранного языка с целью формирования культурно-языковой личности, владеющей языком и культурой на коммуникативно-достаточном, профессиональном уровне [4, с. 158]. Будущему пользователю иностранного языка необходимо привить некий обязательный, минимальный набор представлений об особенностях мировосприятия будущего собеседника – представителя определенной лингвосоциокультурной общности с присущими ему жизненными ценностями, манерой поведения и общения. К числу национальных особенностей культуры носителей языка, подлежащих усвоению, принято относить следующее: 1) фоновые знания (знания, присущие носителям языка как отражение их культуры, и отсутствующие, либо иначе трактуемые в родной культуре); 2) средства языка, обеспечивающие межкультурное общение (вербальные и невербальные); 3) нормы повседневного общения (ментальность как способ мышления представителей инокультуры, определяющий особенности их поведения); 4) этикет общения (правила речевого поведения как отражение культуры и ментальности носителей языка). Овладение иностранным языком как раз и предполагает овладение особенностями культурной и языковой жизни его носителей. По точному определению С. Г. Тер-Минасовой, каждое занятие по иностранному языку – это перекресток культур, это практика межкультурной коммуникации, потому что каждое иностранное слово отражает иностранный мир и иностранную культуру, за каждым словом стоит обусловленное национальным сознанием представление о мире [5, с. 24]. Какими же умениями и навыками должна обладать личность для эффективного участия в межкультурной коммуникации? Отвечая на этот вопрос, О. А. Леонтович, известный исследователь проблемы межкультурной коммуникации, выделяет три составляющие межкультурной компетенции: языковую, коммуникативную и культурную [6, с. 50]. Понятно, что языковая компетенция представляет собой адекватный ситуации общения отбор языковых средств. Культурная компетенция предусматривает понимание фоновых знаний ценностных установок, психологической и социальной идентичности, характерных для данной культуры [6, с. 54]. Коммуникативная компетенция с ее составляющими, такими как «активность (умение направить беседу в нужное русло, умение ясно выражать свою мысль и понять мысль собеседника); уместность (выбор темы беседы, тона общения, вербальных и невербальных средств); динамичность (сопереживание, гибкость в выборе переключения тем) имеет решающее значение для межкультурного общения» [6, с. 53-54]. Формирование ее происходит постоянно, на всех этапах языковой подготовки, в ходе применения инновационных форм, методов, технологий.

В нынешних условиях глобализации мира и интернационализации образования логично рассматривать в качестве межкультурной культурную компетенцию, являющуюся основой формирования у студентов набора компетенций и навыков, необходимых для успешного межличностного и профессионального взаимодействия в иноязычной среде. Являясь метапредмет-

ной компетенцией, межкультурная компетенция сочетает в себе как знания и мировоззрение, так и интеллектуальные и коммуникативные умения, и может быть определена как способность эффективно функционировать в мультилингвальной среде. К структурно-содержательным компонентам межкультурной компетенции и можно отнести: 1) мотивационный компонент как готовность к проявлению компетенции; 2) когнитивный компонент как владение знанием содержания компетенции, 3) поведенческий компонент как опыт проявления компетенции в разнообразных ситуациях; 4) ценностно-смысловой компонент как отношение к содержанию компетенции и объекту ее приложения.

Как показал анализ существующих сегодня в образовательном пространстве моделей формирования иноязычных компетенций студентов, наиболее известными являются две модели – ИППК и CLAC.

Модель иноязычной профессиональной коммуникативной компетенции (ИПКК) включает в себя три компонента. Владение иностранным языком, а именно лингвистическими, социолингвистическими, дискурсивными и прагматическими компетенциями, является основой данной модели. Грамотность составляет центральный компонент и включает в себя два пласта формируемых умений: универсальные (например, поиск информации, стратегии чтения, ведение конспектов, академическая презентация и др.) и узко дисциплинарные (например, письменные жанры, работа над исследованием, стиль цитирования и т.д.). Во главе иерархии формирования ИПКК лежит владение профессиональной коммуникацией, которая включает в себя ряд таких компетенций, как межкультурная коммуникация, межличностная коммуникация, невербальная коммуникация, лидерство и работа в команде, дисциплинарные формы коммуникации.

Модель формирования GII — глобальных (global), межнациональных (international) и межкультурных (intercultural) компетенций будущих специалистов, известная как «Обучение культуре и языку в рамках учебной программы» (Cultures and Languages Across the Curriculum (CLAC)) [7, с. 180] представляет собой философский и педагогический подход, используемый зарубежными высшими учебными заведениями в подготовке студентов и магистрантов, сфера деятельности которых требует сформированных компетенций в понимании политических, экономических, социальных процессов, происходящих в своей стране и других странах, а также межкультурных компетенций, включающих не только знание иностранного языка, но и знание культурных особенностей, традиций и ценностей других народов и т.д.

Отмечая разные уровни, на которых сегодня реализуется интернационализация высшего образования — супранациональный (глобальный, региональный, национальный, отраслевой, институциональный) и внутриинституциональный (уровень факультета/кафедры, индивидуальный уровень), — исследователи выделяют две формы интернационализация «вне страны» или внешняя (internationalization abroad) и интернационализация «дома» или внутренняя (internationalization at home),

которая предполагает создание интернациональной академической среды в стенах вуза. Эта форма интернационализации представляет собой соединение межкультурного и интернационального измерений в учебном плане, преподавательском процессе, исследовательской и факультативной деятельности вузов, что способствует развитию у студентов глобальных и межкультурных навыков, даже если они никогда не были за границей. Ее часто называют ответной реакцией на усиливающуюся студенческую и академическую мобильность и нацелена она на содержание учебных программ и обеспечение образования, отвечающего требованиям времени. С точки зрения политической перспективы этот аспект является очень важным для воспитания специалистов с международными компетенциями, поскольку подавляющее большинство студентов вузов не участвуют в прямых транскультурных практиках, таких как международная мобильность.

Ключевым компонентом интернационализации внутри страны является процесс интернационализации учебного плана. В 2015 г. Б. Лиск определила интернационализацию образовательной программы как «процесс, в результате которого содержание образования, результаты учебной деятельности, система оценивания, методы преподавания и организационные элементы образовательной программы приобретают международное, межкультурное и глобальное измерение» [8, с. 18].

Интернационализация является не самоцелью, но средством повышения качества образования и исследований, а также укрепления роли вузов в обществе. Как и каким образом она происходит зависит от контекста. Даже в рамках одной дисциплины могут существовать разные подходы к интернационализации. Единой модели интернационализации, применимой ко всем системам образования, вузам и дисциплинам, не существует.

Интернационализация учебного плана, которая предусматривает интеграцию содержания поликультурного образования в программу обучения студентов, может включать 1) описание исторического вклада нации в культуру общества; 2) внедрение дополнительных факультативных занятий по изучению культуры других этнических групп, способствующих преодолению предубеждений и ложных стереотипов о культуре других наций на фоне изучения культурных особенностей собственной; 3) решение проблем в экспериментальных условиях, направленное на анализ ситуации, в которой находится та или иная культурная группа; 4) трансформацию материала об этнических группах в пределах вузовской программы, что дает возможность оценить ситуацию непосредственно с позиции определенной культурной группы.

Интернационализация, представляющая собой процесс интеграции международного, межкультурного и глобального измерений в цели и функции образования, осуществляется путем реформирования всех составляющих образования: учебных материалов, учебников, методов обучения, т.е. в процессе интернационализации учебного плана. Интернационализация и поликультурное образование являются взаимосвязанными аспектами. Интернационализация

учебного плана является сложной задачей в рамках поликультурного образования на разных уровнях обучения в университете в целом. К ней можно отнести мобильные поликультурные программы для студентов, которые включают в себя работу в инокультурной среде, приобретение навыков межкультурной компетентности и опыта работы в поликультурном контексте. Стратегия совместного проживания в кампусах студентов из разных этнических групп является важным фактором интернационализации высшего образования. Поликультурный кампус является ключевым элементом в формировании интернационализации и построении мостов толерантности и уважения к другим культурам.

Интернационализированный учебный план, как правило, включает в себя понимание в пределах дисциплины местных и профессиональных традиций других стран и культур; понимание того, как модели культурной доминанты повлияли на развитие знаний дисциплины и практики; распознавание межкультурных проблем в профессиональной практике.

Формирование иноязычных компетенций обучающихся базируется на разноуровневом подходе. Основными видами организации учебной деятельности являются кейсы, симуляции, проекты, презентации, выполняемые в процессе командной работы или индивидуально.

Концепция мультикультурализма является ключевым элементом интернационализации учебного плана. Существование неформального учебного плана, который включает в себя проведение фестивалей, празднование традиционных обычаев, проведение дней культуры и языка, фестивалей кино, является не менее важной дополнительной составляющей такого плана. Между тем нельзя не отметить, что главным недостатком интернационализации учебных планов является то, что они направлены на обеспечение лишь частичного восприятие международных и межкультурных различий посредством пассивного обучения в аудиториях вместо активного участия в транскультурных взаимодействиях.

ЛИТЕРАТУРА

- 1. Верещагин, Е. М. Язык и культура / Е. М. Верещагин, В. Г. Костомаров. М., 1990. 1037 с.
- 2. *Садохин, А. П.* Введение в теорию межкультурной компетенции / А. П. Садохин. М. : Высш. шк., 2005. 310 с.
- 3. *Миролюбов*, *А*. *А*. Культуроведческая направленность в обучении иностранным языкам / А. А. Миролюбов // Иностранные языки в школе. -2001. -№ 5. -С. 11-14.
- 4. *Коренькова, О. В.* Взаимосвязанное обучение языку и культуре как основа формирования способности к межкультурной компетенции / О. В. Коренькова // Современные гуманитарные исследования. 2009. № 6. С. 157–159.

- 5. *Тер-Минасова*, *С.* Γ . Язык и межкультурная коммуникация : учеб. пособие / С. Γ . Тер-Мисанова. М. : Слово/Slovo. 2000. 624 с.
- 6. *Леонтович*, *О. А.* Россия и США: введение в межкультурную коммуникацию / О. А. Леонтович. Волгоград : Перемена, 2000. 371 с.
- 7. *Capobianco*, *S.* Enhancing global and intercultural competencies in Master of Public Administration classes: Assessing alternative approaches to incorporating cultures and languages / S. Capobianco, X. Chen, S. Lippez-De Castro, N. Rubaii // Teaching Public Administration. 2018. Vol. 36 (2). P. 178–200.
- 8. Лиск, Б. Интернационализация образовательной программы / Бетти Лиск, Ханс де Вит // Международное высшее образование. Интернационализация учебного плана. -2016. -№83. -C. 16–18.

Н. П. Грицкевич (МГЛУ, Минск, Беларусь)

ВЗАИМОСВЯЗЬ ОБУЧЕНИЯ ЧТЕНИЮ И МЕЖКУЛЬТУРНОМУ ОБЩЕНИЮ СТУДЕНТОВ НА ИНОСТРАННОМ ЯЗЫКЕ

В последнее время в системе высшего образования и методической науке особую популярность получило предметно-языковое интегрированное обучение (Content and Language Integrated Learning – CLIL). Наиболее распространенным является следующее определение: *CLIL* – это дидактическая методика, позволяющая сформировать у обучающихся коммуникативные и лингвистические компетенции на неродном языке в том же контексте, в котором у них происходит формирование и развитие общеучебных умений и знаний.

Термин *CLIL* был введен Д. Маршем в 1994 г. для обозначения учебных ситуаций, в которых дисциплины преподаются на иностранном языке. В Европейском Союзе считают, что предметно-языковое интегрированное обучение является платформой для инновационного методологического подхода, который намного шире, чем обычное преподавание иностранных языков. При этом использование метода интегрированного обучения в высшей школе является средством мотивации студентов к учебе и инструментом мультилингвального образования.

Преимуществами предметно-языкового интегрированного подхода являются следующие:

- данная методика помогает использовать изучаемый иностранный язык в реальном контексте для решения конкретных профессиональных задач;
- иностранный язык в данном случае является эффективным способом установления межпредметных связей, а также средством межкультурного общения, так как изучение языка происходит в условиях иноязычного профессионального контекста.

Идеи предметно-языкового интегрированного обучения активно разрабатываются и применяются в зарубежной системе образования (D. Marsh, D. Coyle, P. Hood, J. Harmer, S. Krashen, S. Deller, C. Price), а также получают

дальнейшее развитие в методической науке (3. С. Уколова, М. В. Вотинцева, М. С. Багарядцева, Л. П. Халяпина, О. А. Жарина, А. Д. Инюточкина и др.) при разработке подходов и моделей осуществления междисциплинарных связей в преподавании профессионально-ориентированных дисциплин и иностранного языка в высшей школе.

Реализуя цели профильного обучения, данная методика в настоящее время приобретает все большую популярность в обучении профессиональной коммуникации на изучаемом языке. Предметно-языковое интегрированное обучение способствует культурной осведомленности, формированию соответствующих межличностных навыков у обучающихся и повышению коммуникативных и языковых компетенций.

Обучение чтению в методике преподавания иностранных языков рассматривалось И. Л. Бим, В. А. Ляховицким, З. И. Клычниковой, Е. И. Пассовым, Г. В. Роговой, С. К. Фоломкиной, Н. И. Гез, Н. Д. Гальсковой и др., которые выявили общность таких видов речевой деятельности, как чтение и говорение, способность к переносу умений и навыков из одного вида речевой деятельности в другой. Убеждены, что обучение чтению иноязычных текстов должно являться не только целью, но и средством в процессе овладения межкультурной коммуникацией в языковом вузе.

Таким интегративным подходом к обучению иноязычному чтению и межкультурной коммуникации руководствовался коллектив авторов кафедры иноязычного речевого общения при подготовке пособия «Develop your Reading Skills: Comprehension and Speech Practice» для развития навыков чтения и устной речи на английском языке в соответствии с типовой учебной программой «Практика устной и письменной речи первого иностранного языка (английский)» для высших учебных заведений по специальности 1-23 01 02 «Лингвистическая обеспечение межкультурных коммуникаций (по направлениям)».

Пособие предназначено для конкретной целевой аудитории студентов первого курса, изучающих английский язык и межкультурную коммуникацию как основную специальность в лингвистических университетах.

Целью пособия является развитие перцептивных и продуктивных навыков владения английским языком, а также повторение, систематизация, закрепление и совершенствование навыков и умений релевантного и корректного использования изученного материала на завершающем этапе изучения тем, предусмотренных программой курса. В пособии использованы современные аутентичные материалы с учетом познавательных и профессиональных интересов студентов, специализирующихся в области межкультурной коммуникации. Особое внимание уделяется особенностям употребления английских слов и словосочетаний, представляющих трудности для студентов, с целью облегчить предупреждение и своевременную коррекцию типичных языковых ошибок в процессе устной и письменной коммуникации.

При составлении пособия его авторы руководствовались рядом общедидактических принципов (сознательность, активность и самостоятельность, доступность и посильность, учет межпредметных связей и др.) и взаимосвязанных методических принципов коммуникативного подхода к преподаванию иностранных языков:

- 1) взаимосвязь обучения видам речевой деятельности (рецептивные и продуктивные);
- 2) ситуативность как при отборе содержания обучения, так и при организации обучения, когда отобранный коммуникативно значимый речевой материал объединяется в пособии в типичные ситуации общения (проблемные, игровые, ролевые), меняющиеся от занятия к занятию, но связанные сквозной темой;
- 3) функциональный подход к лексическому материалу (для активного усвоения отбираются только те лексические единицы, которые необходимы для решения поставленных в пособии речевых задач);
- 4) социально-психологическая ориентированность при отборе текстового и речевого материала (учитываются интересы, потребности и психологические особенности студентов, специализирующихся в области межкультурной коммуникации, которым адресовано пособие);
- 5) новизна и профессиональная значимость материалов для чтения, письма и говорения;
- 6) наглядность (пособие хорошо иллюстрировано, широко используется графическое оформление заданий).

Комплекс вышеперечисленных принципов предполагает, что процесс обучения иноязычному чтению должен создавать основу для развития положительной профессиональной мотивации у обучающихся, ориентировать их на будущую профессию, моделировать ситуации, характерные для специалистов межкультурной коммуникации, формировать основы терминологического аппарата и профессионального речевого поведения.

Реализация принципа профессиональной значимости расширяет дидактические возможности чтения, где этот вид речевой деятельности становится не только целью обучения, но и выступает источником информации о профессии и средством приобретения профессиональных знаний.

Пособие содержит аутентичные тексты популярных английских и американских авторов на современные и традиционные темы, подобранные из различных источников. Основные критерии отбора текстов — разнообразие жанров (публицистические, научно-популярные, прагматические, художественные), новизна, учет познавательных интересов и потребностей студентов, профессиональная значимость материалов для чтения. Тексты, подобранные тематически, содержат актуальный и проблемный материал, носят ярко выраженный культурологический характер. Цель — совершенствовать навыки и умения различных видов чтения, служить познавательным источником, дающим возможность в дальнейшем вести беседу по проблемам межкультурной коммуникации.

Пособие состоит из двух частей. Первая часть включает следующие модули: «Human Personality», «Family Matters», «Problems of Bringing up Children and Their Solution», «Home, Sweet Home», «At the University». Во второй части содержатся материалы по темам: «Eating and Cooking», «Shopping and Money», «Climate and Weather».

Центральное место в пособии занимают тексты, с которыми постоянно приходится сталкиваться специалистам в области межкультурной коммуникации при чтении профессиональной литературы. Это ценный учебный материал, на основе которого анализируются основные лексические и культурологические явления современного английского языка. Чтение таких текстов позволяет студентам активно и грамотно обсуждать проблемы, представляющие профессиональный интерес.

При разработке системы заданий и упражнений авторы руководствовались методикой правильной читательской деятельности, представляющей собой трехступенчатый процесс индивидуального осмысления текста (до чтения, в процессе чтения, после чтения), которая успешно внедрена во многие зарубежные пособия и является обоснованной, рациональной, позволяющей добиваться высоких результатов в обучении чтению.

Предтекстовый этап ориентирован на активизацию интереса и мотивации студентов, актуализацию общего содержания текста и прогнозирование информации по заголовку, подзаголовкам и другим опорам, а также снятие различного рода лексических, смысловых и социо-культурных трудностей иноязычного текста.

Текстовый этап предусматривает развитие навыков точного и полного или частичного понимания информации, содержащейся в тексте, а также способов ее переработки, хранения и передачи. Сложность состоит в том, что студенты должны не только понять смысл текста, но и определить коммуникативное намерение, оценить новую информацию.

Послетекстовый этап направлен на развитие информационнокоммуникативных и когнитивных умений систематизировать, обобщать и интерпретировать полученную информацию. Он является особенно важным, потому что иноязычный текст используется не только для развития навыков различных видов чтения, но и совершенствования умений устной и письменной речи, необходимых для осуществления эффективной межкультурной коммуникации.

Каждый из модулей содержит *предтекстовые*, *текстовые* и *послетекстовые* задания, целью которых является развитие навыков чтения и понимания содержания прочитанного, расширение словарного запаса, развитие умений и навыков устной и письменной коммуникации. Модули пособия подразделяется на несколько разделов (pre-reading, while-reading, post-reading).

Первый раздел под названием Warm-up Activity – это предтекстовая часть модуля, в котором предлагается обсудить (где это возможно) затрагиваемую в тексте тему с целью ее предварительного осмысления

(Thinking about the Topic), а также задания Before Reading Tasks, где разбирается словарь, составляющий основу текста. Студентам предлагается ознакомиться с тематическим словарем. Ряд заданий направлен на определение значений слов, соотнесение слов по значению, поиск синонимов или антонимов, на установление логических соответствий. Большое внимание уделено заданиям на словообразование.

Второй раздел называется Reading Focus, в нем представлен один или серия текстов по определенной теме, задания (While Reading) предназначены для обеспечения понимания прочитанного. Задания перед чтением текстов нацелены на развитие и совершенствование навыков различных видов чтения:

- ознакомительное чтение развивает навыки и умения отделения важной и второстепенной информации, понимания основного содержания; выделения главной идеи;
- изучающее чтение совершенствует восприятие всей информации для ее последующего воспроизведения; соотнесение и обобщение фактов;
- просмотровое чтение служат для развития навыков определения информации, содержащейся в тексте; оценки изложенных фактов в целом;
- цель поискового чтения развить навыки и умения быстрого выбора необходимой информации; нахождение определения на основе фактов текста.

Далее следует послетекстовой раздел (Post Reading), включающий коммуникативно ориентированные задания по проблемным ситуациям, целью которых является подготовка собственного высказывания по тематике текстов, необходимых для осуществления эффективной межкультурной коммуникации. Здесь содержатся специально разработанный комплекс упражнений, где подробно анализируются лексические особенности (Vocabulary Focus) и страноведческий аспект отобранных для чтения текстов (Culture Focus). Затем этот материал отрабатывается и закрепляется на основе серии упражнений для расширения словарного запаса студентов на основе лексики с национально-культурным компонентом по каждой изучаемой тематике.

В конце разделов предлагаются творческие задания по практике устной речи (Speaking Practice), направленные на совершенствование навыков говорения, достижение успешной реализации речевого намерения в ситуациях профессионального общения, а также развитие критического мышления студентов. Предлагаются задания (Writing Focus) на формирование навыков и умений письменной речи в виде написания сочинений, писем, подготовки сообщений, мини-проектов, презентаций и т.д.

Каждый модуль пособия заканчивается разделом «Читаем с удовольствием» (Pleasure Reading), в котором содержатся произведения известных английских и американских авторов, затрагивающие тематику, включенную в программу обучения чтению. Их целью является не только ознакомление студентов с этими произведениями и обучение вдумчивому чтению, но и развитие навыков устной речи через обсуждение, стимулирование и разви-

тие самостоятельной критической мысли. Рассказы О. Генри, Дж. Лондона, С. Моэма, О. Уайльда, Дж. Элиот, Дж. Арчера, А. Беннетта, Б. Брайсона, А. Бухвальда, Н. Готорна, К. Мэнсфилд, Ч. Дж. Норриса, К. Шопен, С. Хэйр и др. расширяют кругозор и развивают познавательные возможности студентов, специализирующихся в области межкультурной коммуникации.

Задания по практике устной и письменной речи, интегрируемые с учебными дисциплинами по теории межкультурной коммуникации, способствуют более эффективному освоению иностранного языка и предполагают: освоение различных форм работы с текстом; активизацию речемыслительной деятельности студентов; развитие умений работы в паре либо группе; освоение различных форм творческой деятельности; знакомство с историческими, географическими, культурными и другими особенностями различных стран; формирование уважительного отношения к представителям другой культуры; освоение правил речевого и неречевого поведения; формирование универсальных учебных действий в области коммуникации.

Ю. А. Исаева (МГЛУ, Минск, Беларусь)

АУТЕНТИЧНОЕ ВИДЕО КАК НЕОТЪЕМЛЕМЫЙ ЭЛЕМЕНТ ОБУЧЕНИЯ АНГЛИЙСКОМУ ЯЗЫКУ

Современное поколение учащихся кардинально отличается от всех предыдущих поколений, что связано с тесным взаимодействием с новейшими технологиями. Еще в 2001 г. людей, родившихся в конце прошлого века, М. Пренски назвал «Digital Natives» (русск. 'цифровое поколение', 'цифровые аборигены'). Это поколение людей, родившихся после цифровой революции и привыкших получать информацию через цифровые каналы. Людей, родившихся до этого периода, М. Пренски назвал «Digital Immigrants» (русск. 'цифровые иммигранты') [1].

Типичный представитель цифрового поколения — это коренной житель цифрового общества, или Цифрового Века, века цифровых технологий.

По мнению Пренски, люди, родившиеся в конце прошлого века и позже, отличаются от всех остальных. К такому выводу он пришел, наблюдая за школьниками и студентами США 2000-х годов. Их можно легко распознать: они живут в окружении компьютеров, видеоигр, мобильных телефонов и интернета — и все перечисленное является неотъемлемой частью их жизни. Именно поэтому Пренски предложил назвать новое поколение молодежи «цифровыми аборигенами» — носителями родного для них цифрового языка компьютеров, видеоигр и интернета.

Следует отметить, что то, что было характерно для студентов США 15—20 лет назад, имело мало общего с молодежью из стран постсоветского пространства. Однако на сегодняшний день, на пороге 2020 г. такое описание среднестатистического учащегося является характерным и для стран бывшего СССР.

На протяжении уже 10 лет преподаватели-соотечественники наблюдают, как все чаще молодые люди обращаются к мобильным телефонам, планшетам и другим носителям цифровой информации. В результате наличия такой плотной цифровой «окружающей среды» и постоянного взаимодействия с ней мышление нынешних студентов и процессы обработки информации значительно отличаются от способов мышления и информационных процессов их предшественников.

На наш взгляд, современные тенденции необходимо учитывать в первую очередь преподавателю английского языка. Это позволит модернизировать классическое преподавание в соответствии с новыми обстоятельствами. Представляется логичным говорить о преимуществах использования платформы YouTube в обучении английскому языку. Ресурсы этой платформы, которые грамотно включены в урочную и внеурочную деятельность, могут повысить эффективность и качество преподавания и обучения.

Для подтверждения значимости поднятия данного вопроса приведем статистику результатов опроса учащихся 1 курса белорусского языкового вуза, обучающихся по специальности «Лингвистическое обеспечение межкультурных коммуникаций» в 2018–2019 учебном году. Студенты были опрошены на предмет того, как часто они смотрели аутентичное видео на занятиях английского языка в школе, а также смотрят ли они аутентичное видео на английском языке в свободное время в Интернете. Общее количество опрошенных студентов составило 64 человека (средний возраст 17–18 лет).

Таблица 1 Регулярность демонстрации аутентичного видео в школе

Регулярность демонстрации	Количество	Удельный вес от
аутентичного видео в школе на	респондентов	общего количества
уроках английского языка		респондентов, %
Никогда	26	41
Реже 1 раза в месяц	8	12
Примерно 1 раз в месяц	14	22
Часто (Более 1 раза в месяц)	12	19
На каждом занятии	4	6

Предлагаем принять во внимание следующий факт. В школах Республики Беларусь в старших классах предусмотрено от 3 до 5 занятий иностранного языка в неделю. Исходя из данных опроса, относительному большинству белорусских учащихся не был предоставлен учебный материал на «живом примере» его употребления в речи носителя языка. 22 % опрошенных имели доступ к аутентичному видео примерно на 1 из 13 (для школ с 3 уроками английского языка в неделю) или на 1 из 22 (для школ с 5 уроками английского языка в неделю) занятий в месяц. Подводя итоги опроса, важно заметить, что

абсолютному большинству белорусских школьников (53 %) на занятиях по английскому языку аутентичное видео демонстрировалось реже 1 раза в месяц или никогда.

Для сравнения приведем результаты опроса студентов на предмет регулярности использования видео с целью получения информации во внеучебное время. Целью являлось подтвердить популярность видеохостингового сайта youtube.com среди белорусских студентов.

Таблица 2 Регулярность самостоятельного посещения видеохостингового сайта

Регулярность посещения	Количество	Удельный вес от
видеохостингового сайта	респондентов	общего количества
youtube.com		респондентов, %
Каждый день	52	81
Примерно 1-2 раза в неделю	12	19
Никогда	_	_

Исходя их вышеприведенных данных очевидно, что платформа YouTube завоевала широкую популярность среди современной белорусской молодежи.

Несомненно, точные данные просмотра англоязычных видео в YouTube студентами языкового вуза статистически привести сложно. Исходя из этого, приведем приблизительные данные, предоставленные студентами в качестве ответа на вопрос, как часто они смотрят видео на английском языке по отношению к общему числу их просмотров видео в YouTube.

Таблица 3 Удельный вес просмотра аутентичных англоязычных видео

Удельный вес просмотра аутентичных	Количество	Удельный вес от
англоязычных видео от общего числа	респондентов	общего количества
просмотров в YouTube		респондентов, %
Более 50 % (чаще, чем русскоязычные	24	38
видео)		
30-50 % (каждое 3-е видео – каждое 2-е)	30	47
1–29 %	10	16

Исходя из данной статистики, очевидна колоссальная разница применения в образовательных целях современных ресурсов белорусскими преподавателями английского языка и современными белорусскими учащимися. Кроме того, студенты единогласно высказали положительные отзывы об использовании аутентичного англоязычного видео на занятиях английского языка в образовательных целях.

Приведенные выше данные свидетельствуют о том, что, несмотря на широкую популярность платформы среди современной белорусской молодежи, темпы применения ее возможностей в традиционном обучении иностранному языку значительно отстают.

Мы считаем, что учебный материал необходимо предъявлять с учетом интересов современной молодежи, и предлагаем использовать видеохостинг YouTube в учебных целях в качестве одного из способов «осовременивания» традиционного преподавания английского языка.

Благодаря простоте и удобству именно YouTube стал популярнейшим видеохостинговым сайтом и вторым сайтом в мире по количеству посетителей [3]. Соответственно, он является той средой, которая уже стала естественной и обыденной для представителей молодого поколения. И для учащегося, и для преподавателя английского языка предъявление информации в форме аутентичного видео является выгодным в том смысле, что визуальный ряд вызывает чувства и эмоции, такие как интерес, расслабление, смех, ярость и прочие. Ввиду дефицита живого общения с носителями языка во время изучения иностранного языка преподавателю целесообразно использовать возможность имитации погружения в языковую среду посредством демонстрации аутентичного видео. Благодаря такому сервису, как YouTube, на занятии английского языка при просмотре видео появилась регулярная возможность обращать внимание на артикуляционные особенности, мимику, пантомимику говорящего. Более того, значимой является и возможность получить визуальную информацию о том, где происходят события, так называемый background – фоновую информацию (внешний вид участников коммуникации, обстановка, в которой происходят те или иные события и т.д.) [4]. Исходя из этих особенностей, видеоролики могут стать средством, позволяющим обучающимся дать наглядное представление о жизни, традициях, языковых реалиях стран изучаемого языка.

Помимо использования новейших технологий преподаватели английского языка вынуждены решать и другие задачи, которые требуют более четкой концентрации внимания со стороны педагогов, чем ранее. На сегодняшний день многие изучающие иностранный язык стремятся не только к владению нормативным английским языком, как это принято в традиционном обучении. В связи с открытым доступом к англоязычной информации в Интернете, современные учащиеся все чаще задают преподавателю вопросы, направленные на понимание разговорной речи, а также на вариативность используемых лексических единиц и грамматических структур в контексте их употребления представителями различных национальностей. И возможности YouTube позволяют преподавателю ответить на многие такие вопросы учащихся благодаря разнообразию и многочисленности видео, которыми располагает сайт.

Безусловно, для квалифицированного преподавателя существенным критерием в подборе учебного материала является его надежность и достоверность. Мы считаем, что платформа YouTube отвечает заявленному требованию,

поскольку здесь ежедневно размещают видео крупнейшие телекомпании. Примечательно для изучающих английский язык то, что в дополнение к радиовещанию служба ВВС World Service, к примеру, предоставляет весьма популярный проект ВВС Learning English [5]. YouTube-канал ВВС Learning English предоставляет преподавателю английского языка широкий выбор видео для учащихся с разным уровнем владения языком. Материал с данного канала можно использовать и при совершенствовании навыков восприятия речи на слух, и при объяснении грамматических структур. Примером может послужить видео «Past habits without 'used to': Stop Saying» с объяснением использования would в значении конструкции used to.

Несомненно, на уроке английского языка преподаватель должен донести до студента наличие разницы между нормативным языком и разговорной речью. Однако обучить разговорному языку не так просто, как это может показаться на первый взгляд. В помощь преподавателю предлагаем демонстрацию студентам видео с YouTube-канала *BBC Learning English* под названием «BBC Masterclass: Native-speaker 'mistakes'».

Помимо всего прочего, для современных учащихся большой интерес представляют видео, загружаемые на YouTube блогерами.

В настоящее время в YouTube регистрируют каналы многие частные языковые школы, а также частные преподаватели английского языка, нередко являющиеся носителями языка. Одним из таких каналов является канал *English With Lucy*, в подписчиках на который значится уже около 2 млн пользователей YouTube.

Аналогичным по содержанию каналом, основанным носителем языка из США является *Speak English With Vanessa*, число подписчиков на который приближается к 1 млн пользователей. На данном канале рассматривается употребление различных фраз, которыми часто пользуются носители языка в повседневной разговорной речи, дается их объяснение и приводятся примеры употребления фраз в различных ситуациях.

Кроме того, в рамках преподавательской деятельности нам пришлось неоднократно сталкиваться с непониманием студентами речи носителей языка, выявились эти проблемы в ходе аудирования. В основе непонимания лежали акценты говорящих, являющихся жителями разных регионов. Знакомство студентов с информацией от выходцев из разных регионов Великобритании в видео, подготовленных ведущими YouTube-каналов English With Lucy и English Like a Native, позволяет познакомить учащихся с разными акцентами и частично решить проблему понимания речи на слух. Предлагаем обратить внимание на использованные видео «NORTHERN vs. SOUTHERN accents» | «British English Pronunciation» и «British Accents: North West vs Southern (part 2)».

На наш взгляд, имеет смысл чередовать просмотр видео на занятии с просмотром вне занятий в качестве дополнения к домашнему заданию. Так как сегодня все активно пользуются Интернетом, передать учащимся ссылку на конкретное видео не составляет труда. Учащиеся охотно и привычным для

них образом распространяют ссылку среди всей группы/класса и получают новую образовательную информацию в привычном виде. В классе происходит обсуждение просмотренного. Такое представление учебного материала позволяет преподавателю сэкономить время на занятии, и, в большинстве случаев, снимается вопрос наличия оборудования для демонстрации видео в классе. То, что преподаватель английского языка использует современные и любимые молодежью средства передачи информации, оказывает положительный эффект на отношения между учащимися и педагогом.

Таким образом, мы видим, как широкое распространение современных технологий и их влияние на способ получения новой информации существенно видоизменили требования к обучению английскому языку. Хочется отметить, что использование хостинга YouTube повышает мотивацию учащегося к изучению учебной дисциплины, в частности английского языка, а также является средством развития продуктивной речи учащихся.

ЛИТЕРАТУРА

- 1. *Prensky*, *M*. Digital Natives, Digital Immigrants [Electronic resource] / M. Prensky // On the Horizon. MCB University Press Vol. 9 No. 5 October 2001. Mode of access: https://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20-%20-Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf. Date of access: 30.04.2019.
- 2. YouTube [Электронный ресурс] / Материал из Википедии свободной энциклопедии. Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/YouTube. Дата доступа: 30.04.2019.
- 3. *Нечай*, *O. О.* Использование видеохостинга YouTube в обучении иностранному языку [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://cyberlenin-ka.ru/article/v/ispolzovanie-videohostinga-youtube-v-obuchenii-inostrannomu-yazyku. Дата доступа: 30.04.2019.
- 4. *Карева*, *Н. В.* Использование аутентичных аудио и видео материалов для повышения мотивации изучения иностранного языка [Электронный ресурс] / Интернет-журнал «Науковедение». Вып. 3, май—июнь 2014. Режим доступа: https://cyberleninka.ru/article/v/ispolzovanie-autentichnyh-audio-i-video-materialov-dlya-povysheniya-motivatsii-izucheniya-inostrannogo-yazyka. Дата доступа: 30.04.2019.

А. А. Кирдун (БГТУ, Минск, Беларусь)

КЛЮЧЕВЫЕ ЦЕННОСТИ АРАБСКОЙ КУЛЬТУРЫ В ПРОЦЕССЕ ПРЕПОДАВАНИЯ РКИ УЧАЩИМСЯ ИЗ СТРАН АРАБСКОГО РЕГИОНА

Подходы к преподаванию русского как иностранного (РКИ) существенно отличаются от подходов к преподаванию русского языка как государственного. Обучение студентов, опыт учебной деятельности которых сформировался

в иной социокультурной среде, вызывает необходимость соблюдения дополнительных методических принципов, среди которых учет этнокультурных особенностей и межкультурное взаимодействие или, точнее, учет соприкосновений/расхождений между лингводидактической моделью, принятой в Беларуси, и своеобразием учебно-познавательной деятельности иностранных учащихся, обусловленным их принадлежностью к определенному региону. Соблюдение данных принципов позволяет как образовательному учреждению, так и преподавателю РКИ в частности добиваться лучших результатов в учебной работе.

Этнокультур ными являются особенности, обусловленные принадлежностью учащихся к определенной этнической культуре, которая, в свою очередь, определяется как «совокупность традиционных ценностей, отношений и поведенческих особенностей, воплощенных в материальной, духовной, социальной жизнедеятельности этноса, сложившихся в прошлом, развивающихся в исторической социодинамике и постоянно обогащающих этнической спецификой культуру в различных формах самореализации людей» [1, с. 34].

Предметом дальнейшего описания являются этнокультурные особенности учащихся из стран арабского региона, в частности, из Туниса и Ливана. Источником описания послужили сведения, полученные из научных публикаций [2; 3; 4; 5; 6], посвященных различным аспектам обучения РКИ арабских студентов, а также собственные наблюдения, сделанные в процессе преподавания РКИ на подготовительном отделении Белорусского государственного технологического университета в группе смешанного типа.

Прежде всего следует обратить внимание, что специфика организации учебных занятий для арабских учащихся заключается в необходимости учета о с о б е н н о с т е й, которые условно можно разделить на две группы: 1) особенности, не зависящие от конкретной страны проживания учащихся (т.е. то, что характерно для всех арабов); 2) особенности, отличающие выходцев из разных регионов (т.е. то, что обусловлено геополитическим положением страны, из которой приехал учащийся).

Первая группа особенностей связана с тем, что в арабском мире вся жизнь в течение многих веков определялась и продолжает определяться идеологией мусульманской религии. Как отмечают арабисты, несмотря на то, что в последние десятилетия большинство арабских территорий подверглось влиянию западной культуры, повсюду по-прежнему почитаются устоявшиеся в прошлом модели поведения (обычаи) и нормы, особенно в небольших городах и в сельской местности. «Все мусульмане верят, что нет Бога, кроме Аллаха, и что Мухаммед – Пророк Его. Верующий в Аллаха называется мусульманином, священная книга мусульман – Коран, посланный Аллахом Мухаммеду на арабском языке. Коран сохранил живую веру и язык ее исповедания до наших дней. <...> Место молитвы у мусульман называется мечеть, из которой верующих призывает к молитве муэдзин. Пятница считается священным днем, и все мусульмане собираются в мечетях для пятничных молитв» [7, с. 3].

Согласно исламу мусульманин не должен переносить норм своей религии на людей иных убеждений, и учащиеся из стран арабского региона, как правило, не выдвигают требований по созданию для них в образовательном учреждении каких-либо специфических условий, позволяющих поддерживать привычный образ и режим жизни. Однако это не означает, что на время учебы они отказываются от выполнения обязанностей мусульманина. Преподавателю нужно быть готовым к тому, что по пятницам учащиеся будут предпочитать учебным занятиям обязательную полуденную молитву в мечети. Разумеется, что общее количество пропусков занятий в течение учебного года не способствует качеству обучения. В рамках довузовской подготовки безболезненное решение этой проблемы видится в составлении расписания занятий таким образом, чтобы в нем предусматривалось не более двух пар в пятницу, а наибольший объем учебной нагрузки приходился на вторник и (или) среду.

Снятие «барьеров» для посещения по пятницам мечети — это не только проявление уважения к религиозным чувствам арабских учащихся, но и способ минимизации у них негативных эмоциональных переживаний и психических состояний, неизбежно возникающих при столкновении с новой социокультурной и языковой средой, непривычным климатом, новыми методами и формами обучения, полной сменой режима труда и отдыха.

Следующий аспект, на который хотелось бы обратить внимание, — это значимость семьи для каждого представителя арабского мира. «Арабская семья, как правило, представляет собой большую группу, объединенную родственными связями. Во главе семьи находятся родители, старшие рода. Семья включает женатых сыновей, их детей, женатых внуков и правнуков. Нередко, особенно в деревне, они вместе и живут, совместно ведут хозяйство. Семья основана на власти мужа — главы семейства. Взаимоотношения старших и младших братьев похожи на отношения между отцом и сыновьями. Покорность и почитание старших — главное достоинство юноши. Сын считается мудрым, если следует советам старших. Почитание власти, уважение силы — традиционный образ отношений между народом и ее лидером в арабском мире. Семейные отношения и семейные традиции — это тот стержень, который пронизывает все общество. Семья у арабов находится на первом месте» [6, с. 21].

Как показывает наша практика, значительную часть времени, свободного от занятий в университете, арабские учащиеся (и тунисцы, и ливанцы) посвящают разговорам по телефону со своими родственниками и друзьями. В течение двух-трех (а иногда и больше) часов они делятся своими впечатлениями от пребывания в Минске, обсуждают произошедшее за день, способ приготовления пищи, выбор продуктов, планы на предстоящий день и многое другое. Аналогичные подробности им рассказывают члены семьи и друзья. На телефонную коммуникацию тратится большое количество не только времени, но и энергии. Утром на занятиях учащийся абсолютно искренне может сообщить, что не подготовил материал по уважительной причине: он вчера очень долго разговаривал по телефону, поэтому устал и не смог сделать

домашнее задание. Увещевания, упреки и тем более какие-либо наказания в данном случае не имеют эффекта, кроме негативного. Для мотивирования иностранных учащихся к самостоятельной работе требуются особые приемы. Один из них — это создание на занятиях таких условий, при которых легче становится сделать домашнее задание, чем его не сделать. Например, в нашей практике этот прием был реализован следующим образом.

В аудитории был вывешен лист формата АЗ со списком группы. Напротив каждой фамилии ежедневно выставлялась оценка по результатам проверки домашнего задания, что позволяло учащимся сравнивать свои оценки с оценками одногруппников. В конце недели (в субботу) подводились итоги и награждался «лучший по домашним заданиям», т.е. тот, кто набрал самое большое количество баллов. При этом учащимся было разрешено не делать домашнее задание, а вместо него кратко пересказывать содержание вечерней телефонной беседы (т. е. нужно было ответить на вопрос: «О чём вы разговаривали вчера с родными/друзьями?»). Через две недели после объявления конкурса домашние задания, задаваемые преподавателем, стали выполняться всеми учащимися регулярно. Они поняли, что получить высокую оценку за спонтанный рассказ невозможно из-за большого количества грамматических ошибок (они неизбежны на начальном этапе обучения РКИ), а вот выполнение дома упражнений, аналогичных тем, которые делали на занятиях по русскому языку вместе с преподавателем, приносит большее количество баллов. Безусловно, при организации конкурса расчет был сделан на такие присущие арабам свойства, как конкурентность, поведенческая активность с ярко выраженным стремлением к успеху, к лидерству.

Любая негативная весть из дома может послужить причиной уныния и самоотстранения от учебного процесса, любое радостное событие, связанное с родственниками (день рождения у дяди или помолвка/свадьба брата), может стать уважительной (в глазах учащегося) причиной для пропуска занятий. Единого «рецепта» регулирования учебной дисциплины в группе иностранных учащихся, как представляется, не может быть, в этом вопросе требуется индивидуальный взвешенный подход. Однозначно утверждать можно только то, что педагог ни в коем случае не должен использовать какие-либо агрессивно-репрессивные методы воздействия на обучаемых.

Несомненным достоинством арабских учащихся (тунисцев и ливанцев) является такое их качество, как умение проявлять внимание и заботу к окружающим, немедленно отзываться на просьбу о помощи. Быстрее других поняв какое-либо правило, они не демонстрируют своего превосходства или какихлибо негативных эмоций и спокойно ждут, пока остальные члены группы справятся с трудностью, или помогают преподавателю разъяснить одногруппникам непонятные для них моменты. Показательным является следующий пример из практики.

Спустя два месяца после начала занятий в группу на подготовительном отделении был зачислен слушатель из Ирана, с которым преподавателю нужно было начинать работу «с нуля». Объем самостоятельной работы остальных

учащихся на занятиях значительно увеличился, а темп освоения материала замедлился. Кроме того, вскоре выяснилось, что у иранского слушателя существуют особенности, из-за которых он не может быстро усваивать новую информацию. Однако никто из группы ни разу не проявил нетерпения и не выразил своего недовольства ситуацией. Более того, арабские учащиеся старались облегчить процесс обучения для иранца, делая перевод разъяснений преподавателя на английский язык. Затем они помогли ему сориентироваться в университете, показав, где находится кафе, печатный центр и др. Поняв, что новый слушатель каждый день добирается до университета на такси, потому что боится заблудиться в городе, ребята с помощью своих телефонов «проложили» ему маршрут на городском транспорте и каждый день интересовались, возникают ли у него проблемы в дороге. Увидев, что иранец носит учебники в руках, они вместе с ним сходили в торговый центр и помогли ему приобрести недорогую сумку и мн. др.

Без преувеличения можно утверждать, что коммуникативному сознанию арабских учащихся (тунисцев и ливанцев) присуща соборность в том смысле, в котором это понятие определяют И. А. Стернин и Ю. Е. Прохоров, говоря о русской коммуникативной культуре: «К основным ценностям русского этноса могут быть отнесены, к примеру, такие, как соборность, или общинность бытия, историческая терпеливость и оптимизм, доброта и всепрощение, скромность, бескорыстие ...» [8, с. 20].

Несмотря на единство арабского этноса, студенты из Туниса и Ливана все же имеют различия, отчасти обусловленные геополитическим положением двух стран и историческими реалиями.

Тунисцы являются представителями одной из стран Магриба (араб. 'там, где закат'), и, следовательно, на их культурно-психологических и лингвистических характеристиках сказывается влияние французской (а значит, европейской) образовательной системы. Наравне с родным арабским языком выходцы из Туниса свободно владеют французским и английским языками, а также имеют базовый уровень владения немецким или испанским языками. Такая лингвистическая подготовка способствует тому, что на занятиях по русскому языку тунисцы демонстрируют умение выделять главную мысль в тексте, находить ответы в нем на поставленные вопросы и самостоятельно формулировать вопросы к отдельным предложениям и к целым фрагментам текста. Тунисцы хорошо понимают значение пословиц, поговорок, чувствуют семантику слов и различия в оттенках значений.

Тунисцы без проблем овладевают техникой письма «слева направо» и соответствующей техникой ведения конспекта, они умело выделяют информацию ручками разного цвета и не испытывают особых проблем с начертанием кириллических букв при письме (в том числе легко осваивают правила письма прописных и строчных букв), правильно соотносят их с печатным обликом.

Трудности в процессе обучения русскому языку у тунисцев возникают в связи с усвоением ими орфоэпических норм русского языка. Особого

внимания требует русский среднеязычный гласный звук [ы], который смешивается с [и] ([би]стро вместо [бы]стро, бе[ли]й вместо бе[лы]й), произношение твердого и мягкого $[\pi/\pi]$, аффрикат [ц] и [ч], ударение.

Ливанцы являются представителями страны, которая одновременно относится и к Арабскому Востоку, или Машрику (араб. 'там, где восход'), и к Азии (Ливан – самая западная из стран Азии). В Ливане на практике реализована идея билингвального обучения. С детского возраста ливанцы, кроме родного арабского, говорят на французском или на английском языке. На этих иностранных языках в средних учебных заведениях Ливана преподается математика и естественные науки, которым придается большое значение и отводится значительная часть учебного времени. Таким образом, преподавателю РКИ следует учитывать, что лингвистическая подготовка ливанских учащихся носит специфический характер: они имеют навыки использования нескольких языков как инструмента получения знаний по точным и естественным наукам при минимально сформированных навыках изучения языка как объекта. Как следствие, на занятиях РКИ ливанцы демонстрируют успешное освоение языкового материала, который может быть систематизирован и представлен в виде схем, таблиц, зависимостей «если.. то..», и испытывают некоторые трудности усвоения лексико-семантических особенностей русского языка.

Если сравнивать способ постижения знаний по русскому языку тунисскими и ливанскими учащимися, то ситуация выглядит таким образом. Тунисцы быстро пополняют активный словарный запас и несколько медленнее постигают грамматическую систему русского языка. Они легко находят синонимические замены словам, словосочетаниям, целым фразам, но при этом может «страдать» грамматическая правильность построения фраз. Ливанцы, наоборот, сначала сосредотачиваются на изучении грамматической системы языка и без проблем ее осваивают, а словарный запас формируют постепенно, не прилагая к этому целенаправленных усилий. Задание типа «выучите сформированный на уроке список новых слов» ливанские учащиеся выполнят частично или вообще не выполнят, но, не зная значения того или иного слова, они смогут его правильно проспрягать или просклонять и правильно, с точки зрения грамматики, составить словосочетание. При пересказе текста ливанцы сосредотачиваются на его пропозитивном содержании, поэтому, как правило, большого по объему изложения от них ожидать не стоит.

Ливанцы придают очень большое значение одежде, прическе и очень чувствительны к похвале по этому поводу со стороны преподавателя. Однако и преподавателю надо понимать, что в глазах ливанских учащихся он может значительно упасть или, наоборот, возвысится, в зависимости от своего внешнего вида.

Таким образом, принадлежность учащихся к определенному этнокультурному сообществу с его социальной структурой, национально-культурной спецификой и национально-психологическими особенностями предполагает

своеобразие педагогического и методического подходов в обучении РКИ. Для того чтобы планировать и прогнозировать желаемый результат педагогического воздействия на учащихся, преподавателю РКИ необходимо знать, какой отпечаток на их восприятие разных видов педагогического воздействия накладывают не только возрастные, гендерные, но и этнокультурные особенности.

ЛИТЕРАТУРА

- 1. *Афанасьева*, *А. Б.* Совершенствование этнокультурного образования современных педагогов / А. Б. Афанасьева // Человек и образование. $-2008. N_{\odot} 4. C. 34-38.$
- 2. *Романов*, *Ю*. *А*. Этнометодика в преподавании РКИ арабским студентам / Ю. А. Романов, Л. В. Соловьева // Вестник РУДН, сер. Вопросы образования: языки и специальность. -2015. -№ 4. C. 42–50.
- 3. *Кротова, Т. А.* Этноориентированная система лингвокультурной адаптации арабских учащихся в практике обучения РКИ: автореф. дис. ... канд. пед. наук: 13.00.02 / Кротова Т. А.; РУДН. М., 2015. 27 с.
- 4. Гатауллина, Л. К. К проблеме обучения РКИ учащихся с родным арабским языком на начальном этапе предвузовской подготовки / Л. К. Гатауллина // Вестник Казанского технологического университета. 2011. № 23. С. 275—278.
- 5. *Резников*, *Е. Н.* Психологические особенности арабов / Е. Н. Резников // Вестник РУДН, сер. Психология и педагогика. 2008. № 3. С. 6–11.
- $6.\ Apxипова,\ Л.\ B.\ Apaбы\ /\ Л.\ B.\ Apxипова\ //\ Если Ваш студент иностранец (в помощь преподавателям, работающим с иностранными студентами) : сб. ст. с прилож. / Тамб. гос. техн. ун-т ; под общ. ред. проф. И. М. Поповой. Тамбов, <math>2005.$ С. 21—23.
- 7. *Ингхэм, Б.* Арабские страны : обычаи и этикет / Б. Ингхэм, Дж. Файад ; [пер. с англ. Е. Космаковой]. М. : АСТ Астрель, 2009. 126 с.
- 8. *Прохоров, Ю. Е.* Русские: коммуникативное поведение / Ю. Е. Прохоров, И. А. Стернин. 2-е изд., испр. и доп. М. : Флинта Наука, 2006. 326 с.

Н. Г. Алоўнікава, В. А. Мусіенка (БДПУ, Мінск, Беларусь)

РЭАЛІЗАЦЫЯ МОДУЛЬНАЙ ТЭХНАЛОГІІ НАВУЧАННЯ ПРЫ ФАРМІРАВАННІ ПЕРАКЛАДЧЫЦКІХ НАВЫКАЎ ВА ЎМОВАХ ВУЧЭБНЫХ ЗАНЯТКАЎ І АРГАНІЗАЦЫІ САМАСТОЙНАЙ ПРАЦЫ СТУДЭНТАЎ-ФІЛОЛАГАЎ

Кампетэнтнасць як інтэграваная сацыяльна-дыдактычная асобасная якасць развіваецца на аснове самастойна набытага вопыту вырашэння разнастайных задач і сітуацый, якія імітуюць будучую прафесійную дзей-

насць студэнтаў з улікам набыцця вопыту. У гэтай сувязі самастойная праца студэнтаў-філолагаў, якая арганізуецца ў логіцы іх будучай прафесіі, атрымлівае статус базавага складніка навучальнага працэсу.

Тэхналогію арганізацыі вучэбнай і самастойнай працы студэнтаў можна прадставіць у выглядзе тэхналагічнага «ланцужка», сістэмы праекціровачных дзеянняў:

- 1. Тэхналогія распрацоўваецца пад канкрэтныя педагагічныя задачы, у аснове якіх павінна быць гуманістычная пазіцыя.
- 2. Тэхналагічны ланцужок дзеянняў, аперацый, камунікацый у працэсе фарміравання перакладчыцкіх навыкаў будуецца ў строгай адпаведнасці з сістэмай адукацыйных мэтаў і задач, адлюстраваных у вучэбна-метадычных комплексах вывучэння дысцыпліны, якая мае форму выказвання выніковых рэзультатаў, у прыватнасці, агульнакультурных і прафесійных кампетэнцый.
- 3. Тэхналогія арганізацыі фарміравання перакладчыцкіх навыкаў у студэнтаў-філолагаў прадугледжвае дыялагічнае ўзаемадзеянне на творчай аснове ўсіх суб'ектаў адукацыйнага працэсу ў дачыненні да падрыхтоўкі па вучэбнай дысцыпліне.
- 4. Ажыццяўляецца паэтапнае планаванне і пакрокавае выкананне сістэмы дзеянняў і аперацый, выкарыстоўваецца ідэя тэхналагізацыіі праектавання вучэбнай і самастойнай працы студэнтаў-філолагаў.

Да цяперашняга часу склаліся пэўныя тэарэтычныя перадумовы для фарміравання перакладчыцкіх навыкаў ва ўмовах вучэбных заняткаў і арганізацыі самастойнай працы студэнтаў-філолагаў:

- даследаваныя вядучыя кірункі фарміравання і развіцця прафесійнай дзейнасці будучага педагога-лінгвіста (Л. К. Грабёнкіна [1], А. І. Мішчанка [2], І. С. Якіманская [3] і інш.);
- распрацаваны дыдактычныя аспекты падрыхтоўкі будучага педагогалінгвіста (А. А. Вярбіцкі [4], Н. В. Кузьміна [5], Г. М. Падчалімава [6] і інш.).

Тэхналагічны «сціск» вучэбнай інфармацыі можа быць дасягнуты рознымі метадычнымі прыёмамі, апісанне якіх утрымліваецца не толькі ў тэорыі ведаў, але і ў даследаваннях па фарміраванні сістэмнасці ведаў вучняў, а таксама ў працах выкладчыкаў-практыкаў. Разам з тым варта ўлічваць той факт, што пры ажыццяўленні «сціску» праграмнага матэрыялу «найбольшая трываласць засваення дасягаецца пры падачы вучэбнай інфармацыі адначасова ў малюначным, лікавым, сімвалічным і вусным» кодах [7].

Гэта палажэнне з'яўляецца прынцыповым пры пабудове модульнай тэхналогіі навучання. Такім чынам, прымяненне модульнай тэхналогіі арганізацыі вучэбнай і самастойнай працы студэнтаў-філолагаў павінна ўключаць у сябе наступныя моманты:

- 1) правядзенне дыягнастычных мерапрыемстваў;
- 2) адбор кантэнту, які забяспечвае падрыхтоўку будучага спецыяліста ў суадноснасці:
- з патрабаваннямі сацыяльнай замовы грамадства, канкрэтызаванымі ў кваліфікацыйных патрабаваннях спецыяліста;

- з праграмай і вучэбна-метадычнага комплексу па дысцыпліне «Тэорыя і практыка перакладу»;
- са зменамі, якія адбываюцца ў дзейнасці прафесійных перакладчыкаў, абумоўленымі глабальнай інфарматызацыіяй грамадства;
- 3) вызначэнне сродкаў навучання, якія забяспечваюць рэалізацыю дыдактычных умоў арганізацыі вучэбна-пазнавальнай дзейнасці;
- 4) распрацоўка крытэрыяў вызначэння ўзроўню сфарміраванасці ў навучэнцаў асноў прафесійнай кампетэнтнасці і самаразвіцця.

Кампетэнтнасць як інтэграваная сацыяльна-дыдактычная асобасная якасць развіваецца на аснове самастойна набытага вопыту вырашэння разнастайных задач і сітуацый, якія імітуюць будучую прафесійную дзейнасць студэнтаў з улікам набыцця вопыту. У гэтай сувязі самастойная праца студэнтаў-філолагаў, якая арганізуецца ў логіцы іх будучай прафесіі, атрымлівае статус базавага складніка навучальнага працэсу.

Кампетэнцыі найбольш эфектыўна фарміруюцца ў адукацыйным працэсе ВНУ з дапамогай метадаў навучання, якія спрыяюць набыццю вопыту вырашэння разнастайных задач. Да такіх метадаў адносяцца:

- камунікатыўныя метады (мазгавы штурм, дыскусія, канферэнц-пераклады, спрэчка-дыялог, вучэбныя дэбаты і іншыя актыўныя формы і метады), якія накіраваны на арганізацыю працы ў групе, супрацоўніцтва; фарміраванне ў студэнтаў універсальных перакладчыцкіх навыкаў, звязаных з узгадненнем інтарэсаў і пастаноўкай агульнай мэты дзейнасці, аналізам і прадастаўленнем інфармацыі атрыманых вынікаў у выглядзе прэзентацыі, г. зн. культурай доказу сваіх меркаванняў, асэнсаваннем і ацэнкай розных пунктаў гледжання, прыняццем рашэння і інш.) [8].
- інфармацыйныя тэхналогіі (інтэрнэт-рэсурсы, электронныя слоўнікі, ноўтбукі, смартфоны, гаджэты і іншыя сучасныя прылады);
- праекты, якія носяць прыкладны, міждысцыплінарны характар, а змест і спосабы іх выканання адпавядаюць камплекту і тэхналогіям будучай прафесійнай дзейнасці студэнтаў-філолагаў. Пры распрацоўцы праектаў студэнты павінны прайсці наступныя этапы: 1) аналіз дадзеных і пастаноўка праблемы; 2) складанне праекта дзейнасці па вырашэнню праблемы; 3) ажыццяўленне праектнай дзейнасці; 4) рэфлексія прамежкавых вынікаў; 5) карэкцыя спосабаў і сродкаў дасягнення мэты і выніку; 6) рэфлексія, праверка, ацэнка;
- гульнявыя метады, у рамках якіх студэнты ўдзельнічаюць у дзелавых, ролевых, імітацыйных гульнях, што мадэлююць прафесійныя праблемы і задачы, выконваюць ролі і функцыі, адэкватныя кантэнту будучай прафесіі. Праз удзел у гульні студэнты набываюць вопыт у разрашэнні прафесійна-асобасных задач і сітуацый, якія і выступаюць асновай для развіцця сацыяльна-прафесійнай кампетэнтнасці будучых спецыялістаў;
 - метад Case-study (аналіз сітуацый);

• метад навучання як вучэбнага даследавання, падчас якога студэнты ажыццяўляюць наступныя віды дзейнасці: знаёмства з праблемай; пабудова плана даследавання; аналіз ходу даследавання; высновы, рэфлексія вынікаў.

Паўната і глыбіня ведаў будучага спецыяліста ў галіне вывучаемай мовы (у фанетычнай, лексічнай, граматычнай, экстралінгвістычнай, інфармацыйнатэхналагічнай, камунікатыўных сферах), перакладах і спосабах яго рэалізацыі, здольнасць і гатоўнасць прымянення атрыманых ведаў на практыцы дазваляе прымаць адказнасць за рашэнні ў выкананні перспектыўных задач адукацыйнай супольнасці.

Адукацыйны стандарт РБ па спецыяльнасці «Сучасныя замежныя мовы (пераклад)» вылучае сярод кампетэнцый агульнай накіраванасці яшчэ і агульнапрафесійныя (лінгвістычную, камунікатыўную, сацыялінгвістычную, прагматычную) і спецыяльныя кампетэнцыі лінгвіста-перакладчыка (камунікатыўна-пасрэдніцкія кампетэнцыі) [9].

У даследаваннях Я. І. Пасава, у прыватнаці ў «Канцэпцыі развіцця індывідуальнасці ў дыялогу культур», аўтар адзначае, што ў якасці мэты адукацыі павінна выступаць мадэль чалавека духоўнага (homo moralis). І ў гэтым выпадку зместам адукацыі не могуць, паводле яго слоў, быць проста «камунікатыўныя ўменні, моўныя веды і навыкі, лінгвадыдактычныя веды», паколькі веды, уменні і навыкі ёсць змест навучання, зместам жа адукацыі з'яўляецца культура [10].

Тэхналогія арганізацыі модульнага навучання— гэта сістэма дзеянняў, аперацый, працэдур і камунікацый, якая, маючы мэтавую ўстаноўку на прафесійна-асобаснае развіццё будучых педагогаў-філолагаў, суадносіцца з пэўнымі заканамернасцямі, прадугледжвае інтэграцыйнае адзінства формаў, метадаў і сродкаў навучання, супрацоўніцтва выкладчыкаў і студэнтаў на аснове сатворчасці і крэатыўнай дзейнасці студэнтаў па распрацоўцы праектаў, накіраваных на эфектыўную рэалізацыю вучэбнай дзейнасці і індывідуальных маршрутаў у самастойнай работы па фарміраванні перакладчыцкіх навыкаў студэнтаў-філолагаў.

ЛІТАРАТУРА

- $1.\ \Gamma$ ребенкина, Л. К. Введение в педагогическую деятельность : учеб. Пособие / Л. К. Гребенкина, Н. А. Жокина, О. В. Еремкина. 2-е изд., испр. И доп. Рязань : Рязанский госуд. ун-т им. С. А. Есенина, 2009.-156 с.
- $2.\ Mищенко,\ A.\ U.\$ Введение в педагогическую профессию : учеб. пособие / А. И. Мищенко. Новосибирск : НГПИ, 1991.-145 с.
- 3. Якиманская, И. С. Технология личностно-ориентированного образования / И. С. Якиманская. –М. : Сентябрь, 2000.-176 с.
- 4. Вербицкий, A. A. Новая образовательная парадигма и контекстное обучение : моногр. / A. A. Вербицкий. M. : Исслед. центр проблем качества подгот. специалистов, 1999. 75 с.

- 5. *Кузьмина, Н. В.* Методы исследования педагогической деятельности / Н. В. Кузьмина. Л.: Изд-во Ленингр. ун-та, 1970. 114 с.
- 6. *Подчалимова*, *Г. Н.* Проектирование содержания дополнительного профессионального образования руководителей школ: теория и практика / Г. Н. Подчалимова. Москва Курск :КГПУ, 2001. 503 с.
- 7. Эрдниев, П. М. Укрупнение дидактических единиц как технология обучения / П. М. Эрдниев. М. : Просвещение, 1986. 255 с.
- 8.~ Жук, A.~ И. Активные методы обучения в системе повышения квалификации педагогов : учеб.-метод. пособие / А. И. Жук, Н. Н. Кошель. 2-е изд. Минск : Аверсэв, 2004. 336 с.
- 9. Образовательный стандарт высшего образования: ОСВО 1-21 06 01-2013. Введ. 01.09.2013. Минск: Министерство образования Республики Беларусь, 2013. 51 с.
- $10.\ \Pi accoв,\ E.\ U.$ Коммуникативное иноязычное образование: готовим к диалогу культур: учеб.-метод. пособие для учителей / Е. И. Пассов. Минск: Лексис, 2003.-184 с.

Т. И. Свистун, А. В. Величко (МГЛУ, Минск, Беларусь)

ТРЕНИНГ «КУЛЬТУРНЫЙ АССИМИЛЯТОР» КАК ТЕХНИКА ПОВЫШЕНИЯ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ СЕНЗИТИВНОСТИ

Развитие общества на современном этапе связано с расширением взаимосвязей между представителями различных этносов и культур. Трансформации политической, экономической и социальной сфер выявили новые тенденции в понимании таких явлений, как межкультурная компетентность, поликультурная личность и культурный плюрализм. В результате процессов глобализации, международной интеграции на фоне признания ценности языкового разнообразия образование в сфере межкультурного взаимодействия приобретает особую популярность.

Освоение чужой культуры представляет собой изучение и усвоение системы норм и ценностей этой культуры. Тренинг «Культурный ассимилятор» является одним из основных инструментов при обучении межкультурной коммуникации. Его целью является научить индивида видеть ситуацию взаимодействия с позиции представителя другой культуры, поэтому «Культурный ассимилятор» также называют техникой повышения межкультурной сензитивности [1, с. 281]. М. Беннетт, американский исследователь в области межкультурной коммуникации, в конце 90-х разработал модель Developmental Model of Intercultural Sensitivity, в которой были определены необходимые этапы развития межкультурной сензитивности. Одно из центральных мест в данной концепции занимает понятие межкультурной сензитивности, или чуткости, формирование которой автор видит в эволю-

ции взглядов от этноцентризма к этнорелятивизму, т.е. от отрицания культурных различий к признанию и одобрению этих различий при сохранении своего «Я» [2, pp. 28–65].

Современная наука, в частности теория межкультурной коммуникации, предлагает широкий выбор различных способов и методов обучения эффективной коммуникации и развития межкультурной сензитивности. Виды программ подготовки индивида к межкультурному взаимодействию различаются по методу обучения, содержанию, сфере, в которой необходимо сформировать те или иные навыки и умения [3, с. 67]. Так, по методу обучения выделяют дидактические и эмпирические методы. Дидактические и м е т о д ы подразумевают освоение учащимися достаточно большого объема теоретического материала при активной роли преподавателя и пассивной роли обучаемого, а эмпирические методы (например, тренинг) основаны на собственном опыте обучающихся, который они получают в ходе выполнения определенных заданий. При этом на первый план при использовании эмпирических методов выходит не столько информированность обучающегося, сколько его способность применять полученные знания на практике, т.е. взаимодействовать в различных ситуациях межкультурного общения. Эффективность тренинга для обучения межкультурным различиям объясняется тем, что человек усваивает «около 10 % из того, что слышит, 50% — из того, что видит, 70% — из того, что проговаривает, и 90% — из того, что делает сам» [4, с. 8–9].

По мнению одного из активных разработчиков тренинга «Культурный ассимилятор» Р. Брислина, тренинги призваны научить индивидов преодолевать трудности в ситуациях культурного многообразия, эффективно общаться, учиться и работать в поликультурной среде, минимизировать конфликты, основанные на культурном непонимании [5, с. 87]. В целом цель межкультурного тренинга — развитие этнокультурной компетентности и навыков межкультурного взаимодействия. Следовательно, к задачам тренинга следует отнести формирование позитивной этнической идентичности, развитие толерантности и эмпатии, формирование навыков использования стратегий и тактик эффективного коммуникативного поведения. Межкультурный тренинг должен быть направлен и на достижение более глобальных целей, связанных с со следующими процессами: изменением социальной и культурной ситуации (ослабление расизма, шовинизма и других форм предубеждений и дискриминации), урегулированием конфликтов и пропагандой более гармоничных межэтнических отношений [Там же].

Известно, что большая часть проблем в общении с представителями других культур возникает из-за непонимания причин поведения друг друга. На наш взгляд, на начальном этапе формирования межкультурной сензитивности применение атрибутивного тренинга «Культурный ассимилятор» представляется наиболее целесообразным, поскольку этот вид тренинга — это обучение индивида интерпретации коммуникативного поведения, его причин и результатов с точки зрения представителя иной культуры. Впервые этот

вид тренинга был предложен Г. Триандисом и его коллегами с целью обучения студентов-американцев взаимодействию с представителями арабской культуры [6, р. 186–217]. В дальнейшем «Культурные ассимиляторы» стали использовать в качестве техники повышения межкультурной сензитивности при освоении и иных культур. Данный вид тренинга включает в себя описание ситуаций межкультурного взаимодействия, проблемные вопросы и 3–4 варианта интерпретаций причин коммуникативного поведения в контексте ситуации, один из которых является наиболее вероятным, а также пояснение причин коммуникативного поведения.

В ходе данного исследования был разработан атрибутивный тренинг «Межкультурное взаимодействие представителей Беларуси и Италии в деловой сфере». Работа проходила в несколько этапов. На первом этапе работы были определены атрибуции, характерные для представителей указанных культур, теоретической базой для атрибуций стали типологии культур Э. Холла, Г. Хофстеде и Ф. Тромпенаарса [3; 7; 8]. На втором этапе были составлены ситуации взаимодействия представителей Беларуси и Италии. Материалом для ситуаций стали не только личные наблюдения авторов работы, но и описанные в различных источниках характеристики и ситуации общения представителей указанных культур, научные исследования, страноведческие издания, интернет-форумы о путешествиях. Задачей третьего этапа являлось нахождение альтернативных объяснений-атрибуций, т.е. подборка вариантов ответов, которые были бы наиболее вероятными с точки зрения представителей рассматриваемых культур. На заключительном, четвертом, этапе была составлена анкета для обучающихся, отвечая на вопросы которой, они смогли бы сформулировать основные особенности указанных культур, а также дать оценку тренингу, описать свои чувства и т.д.

Далее в работе мы представим некоторые из разработанных ситуаций взаимодействия представителей Беларуси и Италии с проблемными вопросами и вариантами ответов на них, что позволит наглядно отразить структуру атрибутивного тренинга «Культурный ассимилятор». Кроме того, далее последуют комментарии по верным ответам на каждую ситуацию.

Ситуация № 1

Ваш итальянский партнер не отвечает на отправленное Вами деловое письмо. Итальянский партнер задерживает окончательное решение о деловой сделке.

Как бы Вы объяснили причину данного поведения?

- 1. Итальянский партнер не отвечает на письмо, поскольку он не заинтересован в совершении сделки с Вами.
- 2. Итальянский партнер по какой-то причине не получил Ваше письмо.
- 3. Итальянский партнер еще не ответил на Ваше письмо, поскольку ему необходимо некоторое время для принятия решения.

Объяснение № 3 для первой ситуации — это лучший вариант ответа. Процесс принятия решений в итальянской культуре может быть длительным. Поскольку итальянская культура характеризуется высокой степенью избегания неопределенности (по Г. Хофстеде), итальянцам свойственно обдумывать решения длительное время и тщательно планировать стратегию действий с целью предусмотреть возможные варианты последствий и нежелательных ситуаций.

Ситуация № 2

Во время переговоров с белорусской делегацией итальянские партнеры используют активную жестикуляцию, перебивают друг друга, разговаривают одновременно, шутят. Один из партнеров во время разговора кладет руку на плечо представителя белорусской стороны.

С чем связано такое эмоциональное поведение итальянской стороны?

- 1. Итальянские партнеры не воспринимают ситуацию переговоров и белорусских партнеров серьезно.
- 2. Подобная манера общения принята в итальянском обществе. Итальянские партнеры пытаются установить дружеские отношения.
- 3. У итальянцев хорошее настроение, поэтому они так экспрессивно выражают свое состояние.

Объяснение № 2 для второй ситуации — это лучший вариант ответа. По культурному измерению «эмоциональность—нейтральность» (по Ф. Тромпенаарсу) итальянская культура характеризуется эмоциональностью. В повседневной жизни и на рабочем месте в итальянском обществе принято обогащать речь жестами, а также демонстрировать свое позитивное отношение к ситуации с помощью мимики для придания речи большей экспрессивности. По культурному измерению «контактность—дистантность» (по Э. Холлу) итальянцы относятся к контактным культурам. Во время переговоров при объяснении ситуации или споре итальянцам свойственно находится на близком расстоянии друг от друга, касаться плеча или руки собеседника, таким образом, желая обратить внимание на определенные моменты разговора, а также создать дружескую и комфортную атмосферу.

Ситуация № 3

Ваш итальянский партнер опаздывает на встречу в течение пятнадцати минут или переносит встречу на следующий день по семейным обстоятельствам.

Как бы Вы объяснили причину данного поведения?

- 1. В итальянском обществе допустимо немного опоздать на деловую встречу. Перенос встречи на другой день также возможен.
- 2. В итальянском обществе принято опаздывать всегда и везде.
- 3. Итальянский партнер опаздывает на встречу, поскольку он не заинтересован в заключении с Вами сделки.

Объяснение № 1 для третьей ситуации — это лучший вариант ответа. В итальянском обществе не принято опаздывать на деловые встречи, однако допустимо опоздание на пятнадцать минут. Перенос встречи на другой день является возможным ввиду определенных обстоятельств, поскольку итальянская культура характеризуется полихронностью (по Э. Холлу). Для итальянцев межличностные отношения имеют большее значение, чем принятый план деятельности.

Ситуация № 4

В процессе неформальной беседы в ресторане белорусский бизнесмен узнает, что его итальянский партнер проживает в большом доме в престиженом районе Милана, во время отпуска отправляется с семьей на отдых в экзотические страны. По завершении обеда итальянец оплачивает счет за обе стороны.

Почему итальянец стремится показать свое материальное благополучие?

- 1. Итальянцам свойственно хвастовство.
- 2. Итальянский партнер хочет показать свое превосходство, поскольку не считает белорусского коллегу успешным в социальной сфере.
- 3. Итальянский партнер демонстрирует собственный материальный успех, чтобы показать, что он является надежным партнером.

Объяснение № 3 — это лучший вариант ответа для четвертой ситуации. По культурному измерению «маскулинность—феминность» (по Г. Хофстеде) для итальянской культуры характерен высокий индекс маскулинности. Итальянцам свойственно демонстрировать собственные достижения и состоятельность как показатель социального успеха. Маскулинность культуры характеризует стремление к материальному благополучию, деловая сфера рассматривается как сфера, в которой индивид может достичь успеха. В деловой культуре Беларуси, скорее, не принято подчеркивать уровень своего благосостояния.

На заключительном этапе работы с «Культурным ассимилятором» обучающимся предлагается анкета, позволяющая сделать общие выводы об особенностях итальянской культуры в сравнении с белорусской культурой. Исходя из представленных ситуаций, к атрибуциям итальянской культуры относятся контактность, эмоциональность, полихронность, высокое избегание неопределенности и маскулинность.

Таким образом, разработанный тренинг «Культурный ассимилятор» позволяет обучающимся познакомиться с наиболее типичными ситуациями взаимодействия представителей Италии и Беларуси и выбрать верную интерпретацию поведения представителя иной культуры. Подобный тренинг наиболее эффективен на начальной стадии обучения межкультурной коммуникации для выявления ключевых культурных измерений, по которым

культуры Беларуси и Италии разнятся. Применение тренинга «Культурный ассимилятор» делает возможным осуществление идеи формирования поли-культурной личности, способной эффективно взаимодействовать с представителями других культур, проявлять терпимость и уважительное отношение при сохранении собственной культурной идентичности, т.е. обладать высокой межкультурной сензитивностью. Переход от этноцентристских взглядов на окружающий мир к этнорелятивистским — это необходимость современности, где способность быстро адаптироваться к новым условиям, проявлять гибкость мышления, терпимость к различиям, умение уладить конфликт, прийти к компромиссу базируется на понимании ценности языкового и культурного многообразия.

ЛИТЕРАТУРА

- 1. Стефаненко, T. Γ . Этнопсихология. М. : Институт психологии РАН, Академический проект, 1999. 320 с.
- 2. *Bennett*, *M. J.* Towards ethnorelativism: A developmental model of intercultural sensitivity // Crosscultural orientation: New conceptualizations and applications. N.Y.: University Press of America, 1986. P. 27–70
- 3. Поплавская, Т. В. Теория межкультурной коммуникации: практикум для студентов, обучающихся по специальности 1-23 01 02 «Лингвистическое обеспечение межкультурных коммуникаций» / Т. В. Поплавская, Т. И. Свистун. Минск: МГЛУ, 2016. 104 с.
- 4. Рамендик, Д. М. Тренинг личностного роста: учебное пособие. М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2007. 176 с.
- 5. Лейбман, И. Я. Межкультурный тренинг: общая характеристика и примеры упражнений / И. Я. Лейбман, М. В. Корнилова // Технологии психологического сопровождения интеграции мигрантов в образовательной среде / И. Я. Лейбман, М. В. Корнилова. М., 2013. С. 84–131.
- 6. *Albert, R. D.* The intercultural sensitizer or culture assimilator: A cognitive approach [Electronic resource] / R. D. Albert // Handbook of intercultural training. N.Y., 1983. Vol. 2. P. 186–217. Mode of access: https://books.google.by/books?id=-kJdGBQAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=ru#v=onepage&q-&f=false. Date of access: 12.03.2018.
- 7. Hofstede Insights portal [Electronic resource]. Mode of access : https://www.hofstede-insights.com. Date of access: 04.02.2019.
- 8. *Hampden-Turner*, *Ch.* Riding the ways of culture: understanding diversity in global business / Ch. Hampden-Turner, F. Trompenaars. McGraw-Hill Education, 2011. 400 p. [Electronic resource]. Mode of access: https://books.google.by/books?id=ixF9DAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=ru#v=onepage&g&f=false. Date of access: 27.02.2019.

Н. В. Сурунтович, С. А. Трофименко (МГЛУ, Минск, Беларусь)

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ КЕЙС-ТЕХНОЛОГИИ В ОБУЧЕНИИ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Кейс-технология появилась впервые в системе американского образования в начале XX в. как альтернативный метод традиционному обучению аспирантов Гарвардской школы бизнеса, который позволял обучающимся познакомиться с деятельностью менеджеров ведущих организаций и найти в ходе самостоятельного и/или коллективного анализа решение реально существующей проблемы внутри нее. В середине XX в. бизнес-кейсы получают распространение в Западной Европе. В этот период наряду с практическими кейсами, которые направлены на закрепление знаний, умений и навыков путем симуляции фактической проблемной ситуации, взятой из практики определенной компании, появляются обучающие кейсы, отражающие дидактизированные наиболее типичные ситуации, с которыми сталкиваются бизнес компании и которые требуют синтеза и генерализации знаний обучающихся для решения поставленной задачи [1]. В последствии обучающие кейсы приобретают научно-исследовательский характер и выступают моделями для получения нового знания об определенной профессионально детерминированной коммуникативной ситуации, происходящей в определенное время и в определенном регионе, а также поведения в ней на основе таких исследовательских процедур, как сбор некоторого количества качественных данных: интервью, наблюдения, факты и др., что и репрезентирует обучающую функцию кейса [2].

Сегодня ряд специалистов в области отечественной лингводидактики (Т. П. Леонтьева, И. Г. Колосовская, И. М. Андреасян М. Г. Гец и др.) определяют кейс-технологию как интерактивную технологию обучения, направленную на формирование у обучающихся академических, профессиональных и социально-личностных компетенций на основе анализа и решения реальной или смоделированной ситуации в контексте профессиональной деятельности, представленной в виде кейса (от англ. case 'случай, проблема, событие') [3].

В обучении профессионально-ориентированной межкультурной коммуникации, под которой И. И. Халеева понимает процесс общения между коммуникантами (носителями разных лингвокультур), направленный на решение коммуникативных задач на основе принципов сотрудничества, взаимного уважения и терпимости к культурным различиям, кейс-технология создает ряд преимуществ как для преподавателя практики устной и письменной речи, так и для студента.

Так, регулярное использование дидактизированных кейсов на занятиях по практике устной и письменной речи предоставляет преподавателю возможность:

- использования кейса в обучении студентов, имеющих различный уровень языковой подготовки;
- развития коммуникативных умений обучающихся в ходе выполнения ими комплекса упражнений по всем видам речевой деятельности (говорение (социальная интеракция и социальная продукция), чтение, понимание устной речи на слух, письменная речь);
- создания условий для активизации у обучающихся фоновых и приобретения новых знаний, обусловленных актуальностью тематики кейса;
- создания речевой ситуации, максимально приближенной к реальной, позволяющей обучающимся применить полученные на смежных учебных дисциплинах знания (политические системы зарубежных стран, пиар, внешнеэкономическая деятельность, информационные технологии, семантика культур и т.д.);
- формирования критического мышления у обучающихся на основе определения проблемы и путей ее решения посредством анализа профессионально-ориентированной ситуации общения;
- развития межкультурной личности как субъекта коммуникации, способной выбирать адекватные речевой ситуации языковые средства, приемлемые формы взаимодействия с людьми и находить способы выхода из социокультурных коммуникативных тупиков в условиях современного межкультурного общения;
- повышения мотивации студентов в результате выработки новой гипотезы, эффективного и нестандартного решения проблемной ситуации и осознания важности приобретения ими практического опыта ведения профессиональной коммуникации.

В ходе работы над кейсами студенты повышают уровень владения иностранным языком; приобретают опыт работы в команде; овладевают стратегиями интерпретации лингвокультуры; применяют полученные в процессе обучения специальные знания.

Выделяют несколько приемов работы с дидактизированными кейсами, которые зависят от особенностей анализируемой проблемной ситуации, а также задач, поставленных перед обучающимися:

- 1. *Иллюстративный*, сущность которого заключается в предоставлении обучающемуся дескриптивной информации в достаточном для понимания сущности проблемного вопроса/ситуации объеме (толкование терминов, контекста анализируемой коммуникативной ситуации);
- 2. Поисковый метод реализуется в рамках решения конденсированных кейсов и нацелен на сбор базовых сведений, необходимых для проведения более масштабной исследовательской работы над кейсом.
- 3. *Кумулятивный* метод направлен на предоставление возможности компаративного и контрастивного анализа нескольких кейсов для обобщения полученной информации студентами, представлении субъективных выводов и, следовательно, экономии учебного времени.

4. *Критический* метод направлен на предоставление обучающимся уникальных ситуаций для исследования, которые противоречат сложившемуся общественному мнению, провоцируют проблемные вопросы, затронутые в ранее рассматриваемых кейсах, и тем самым облегчающие восприятие и анализ предполагаемого кейса [2].

В структуру обучающего кейса входят:

- 1) исходные данные, необходимые для анализа кейса, введение в ситуацию (background);
 - 2) описание конкретной проблемы (case);
 - 3) задания к кейсу (task);
 - 4) вариант решения проблемы (solution) (на усмотрение преподавателя).

Приведем пример разработанных нами кейсов «Tolerance in the Global Europe — is it a Myth or Reality?» и «20 Jahre des Bologna-Prozesses: Erfolge und Probleme», которые предназначены для студентов, изучающих тактики ведения межкультурной коммуникации на профессиональном уровне. Образовательная цель кейсов — преодоление конфликтной ситуации в процессе общения представителей разных лингвокультур с учетом коммуникативных стратегий, в том числе максимы: такта, сотрудничества, эмпатии, поликультурной вежливости. Кейсы направлены на развитие у студентов способности к менеджменту коммуникативного поведения и самоанализу, развитие поликультурного мышления и развитие умения работать в команде.

1. Введение в ситуацию (Background)

International students' conference in Oxford University:

Tolerance in the global Europe - is it a myth or reality?

Today, due to intense immigration of representatives of different cultures across the world the issue of tolerance between nations has become of great concern. Often, apathy is wrongly associated with tolerance.

This problem has been acknowledged to be tackled on the international arena by the graduates of linguistics universities who are to live in modern society and to be responsible for the image of the world we leave for the future generations.

The participants of the conference: graduates and postgraduates from Germany, England, Russia, France, Italy.

The venue: Oxford University Assembly Hall

The date: 11/04/18

2. Описание проблемы:

The conference was long. The problems were discussed in depth. In the flow of the conference, everyone expressed their attitude quite expressively.

The participant from Italy spoke rather loudly and emotionally coming up to the English participant rather closely and expecting support touched his shoulder.

The Russian speaker imposed his point of view without taking any notice of other participants' opinions.

The German participant, as it was seen from his speech manner, was skeptical and judgmental towards the opinions of other speakers.

The English representative was rather arrogant. Most participants didn't agree on his vision of the problem.

The French exaggerated the crucial role of the French in terms of tackling the problem of mutual respect gesticulating non-stop.

The participants didn't manage to work out the adequate and peaceful sharing European space.

3. Задание:

- 1. Can you identify which of the speakers is responsible for the fail of the conference? Give reasons.
- 2. Analyze the speech behaviour of the participants. What mistakes in communicative behaviour have been made by them?
 - 3. Work out the solutions of the problem.

4. Варианты решения проблемы:

In the process of intercultural communication, you should keep to the following tactics:

The Tact Maxim (minimizing cost to other and maximizing benefit to other).

The Generosity Maxim (minimizing benefit to self-centering and give options to others).

The Modesty Maxim (minimizing self-praise and maximizing self-dispraise).

The Agreement Maxim (maximizing agreement between the speaker and others and minimizing disagreements).

The Approbation Maxim (avoiding saying unpleasant things about others).

1. Введение в ситуацию (Background)

Internationales studentenforum: 20 jahre des bologna-prozesses: erfolge und probleme

Die Studenten aus England, Deutschland und aus Belarus nehmen am Internationalen Studentenforum, das dem 20-jährigen Jubiläum des Bologna-Prozesses gewidmet ist, teil, dessen Hauptthema die Integration der Universitäten aus europäischen und außereuropäischen Ländern in Bologna Prozess ist. Nachdem die Forumsteilnehmer ihre Vorträge gehalten haben, kommunizieren sie während der Kaffeepause weiter. Der Informationsaustausch zwischen Vertretern der englischen, deutschen und belarussischen Sprachkultur im Rahmen der informellen Kommunikation erfordert die Einhaltung der Normen des kommunikativen Verhaltens unter Berücksichtigung der Besonderheiten der Mentalität der Sprachpartner (Themenwahl, Sprachklischees, nonverbales Verhalten usw.).

2. Описание проблемы:

Während der Kaffeepause sprach einer der Teilnehmer auf das Thema der Religionszugehörigkeit der Konversationsteilnehmer an, ohne dem Gesprächspartner die Möglichkeit zu geben, seinen Gedanken zu beenden. Da entstand eine stille Pause und das Gespräch wurde beendet.

3. Задание:

1. Analysieren Sie die Gründe des kommunikativen Misserfolges der Kommunikationsteilnehmer.

2. Bestimmen Sie die zulässigen Themen im Rahmen der interkulturellen Kommunikation und begründen Sie Ihre Wahl.

Таким образом, кейс-технология актуальна в обучении межкультурной коммуникации и имеет ряд лингводидактических преимуществ, основными из которых являются: глубокая и детальная проработка профессиональной иноязычной речевой ситуации обучающимся или группой обучающихся, сборе необходимой информации путем исследования контента кейса и социальной интеракции с членами команды для последующей презентации как объективных, так и субъективных выводов исходя из поставленной задачи.

ЛИТЕРАТУРА

- 1. *Абрамова С. Ю.* Использование кейс-метода на уроках английского языка [Текст] / С. Ю. Абрамова, Ю. В. Белозерова // Актуальные вопросы современной педагогики: материалы VI Междунар. науч. конф. (г. Уфа, март 2015 г.). Уфа: Лето, 2015. С. 94–96.
- 2. Case Study Method [Electronic resource] / Centre for Innovation in Research and Teaching / Mode of access: https://cirt.gcu.edu/research/developmentresources/research_ready/descriptive/case_study. Date of access: 29.04.19.
- 3. Описание «Кейс-технологии» [Электронный ресурс] / Образовательная деятельность в Университете ИТМО / Режим доступа: http://edu.ifmo.ru/pages/363. Дата доступа: 29.04.19.

А. Н. Тарасевич (МГЛУ, Минск, Беларусь)

ПЕРСПЕКТИВЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ГЕЙМИФИКАЦИИ В ПРОЦЕССЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

Все чаще преподаватели сталкиваются с проблемой роста количества обучающихся, заинтересованных лишь в той информации, которую они сами для себя определяют как полезную и нужную, задаваясь вопросом, зачем им тот материал, который они получают при прохождении обязательных курсов. Многие студенты отвлекаются на занятиях, предпочитая читать книги, играть в телефоне, общаться с одногруппниками или искать что-либо в интернете, так как считают получаемую из этих источников информацию не только более актуальной для себя, но и более интересной. Она является для них эмоционально значимой, в то время как занятия порой представляются вынужденной необходимостью. В подобной ситуации задачей преподавателя становится удержание внимания студентов, вовлечение их в учебный процесс и иллюстрация важности преподносимых сведений лично для обучающихся. Для достижения успеха преподавателю нужно обладать желанием идти в ногу со временем, преображать учебный процесс, пользоваться технологиями и учитывать интересы самих студентов.

Несмотря на то, что технологии пронизывают каждую сферу жизни современного человека, потенциал их использования в преподавании недостаточно реализован. Помимо прочего, технологический прогресс вывел игры на новый уровень, позволяя им занять прочное место в досуге многих. Успех современных видеоигр заключается в том, что они позволяют игроку погрузиться в тщательно проработанный сюжет, делать выбор и влиять на происходящие события, отождествлять себя с персонажами или отыгрывать роль, фантазировать и реализовать собственный потенциал, осваивая необходимые для прохождения игры навыки и разрабатывая собственные стратегии. При этом игрок получает возможность насладиться качественными визуальной и музыкальной составляющими. Грамотный анализ факторов, которые стимулируют человека возвращаться к игре раз за разом, позволяет выделить то, что может быть использовано в обучении для повышения интереса обучающихся к предмету.

Игры и обучение обладают многими схожими чертами: и в той, и в другой ситуации человек движется к достижению определенной цели, следуя правилам, развиваясь, преодолевая возникающие препятствия и анализируя свои ошибки и достижения. Вышеназванное и позволяет геймифицировать сам процесс обучения с высокой вероятностью успеха. Согласно К. Каппу, понятие геймификации включает в себя использование игровых элементов, эстетики и игрового мышления, не характерных для конкретного вида деятельности, для вовлечения человека в процесс, повышения его мотивации, желания узнавать новое и решать различные задачи [1]. Данный концепт позволяет определить необходимость понимания, какие именно игровые элементы сделают геймифицированное обучение значимым для студента. Такие элементы, как очки (points), награды (badges) и доски лидеров (leaderboards) используются в обучении уже достаточно давно, однако они не являются тем фактором, который делает игру увлекательной, т.к. способны лишь показать общее развитие игрока и его достижения. Следовательно, они способствуют формированию внешней мотивации, а не собственной заинтересованности обучающегося. Более того, в случае если студент не может получить достаточное количество очков или наград и конкурировать с одногруппниками, это способно вызвать негативные эмоции. Тем не менее, использование необычных наград, соответствующих стилистике игры, повышение уровня игрока, открывающее перед ним новые возможности, и отображение его личного прогресса позволяют обучающемуся получить сведения о результатах его действий и стимулировать активность. Согласно К. Каппу, одними этими элементами геймификация не ограничивается, возможен и полный отказ от их использования [1].

Игровая индустрия является многомиллионным бизнесом, постоянно развивающимся и полным конкуренции. Подобная ситуация ведет к тому, что успех игры обеспечивается не только анализом ранее использованных успешных стратегий, но и поиском новых черт, способных привлечь потенциального игрока. Вслед за геймдизайнерами преподавателям стоит

обратить внимание на те вещи, которые могут быть использованы в обучении для формирования внутренней мотивации обучающихся. В своей лекции «Learning from games for gamified learning», представленной на конференции Gamification World Congress, 2014 (Барселона, Испания) К. Вербах, профессор Уортонской школы бизнеса при Пенсильванском университете, описывает принципы, которые реализуются геймдизайнерами и могут быть использованы в обучении [2]:

- Наличие регулярных маленьких побед, отображаемых с помощью обратной связи на каждом этапе работы, и глобальных достижений, заставляющих обучающихся осознать значимость их деятельности в течение всего периода и стимулирующих развиваться дальше.
- Возможность неудачи, которая не пугает обучающихся, а дает им мотивацию попробовать снова, учась на своих ошибках. Наличие потенциально преодолимых препятствий дает человеку проявить себя, показать свои способности и стремиться к лучшему.
- Наличие сюжетной линии, которая связана с предметом и указывает на конечный результат работы, а также объясняет смысл и весомость конкретных действий, что дает обучающимся понять, зачем они проходят определенный материал, как они могут его использовать вне учебных ситуаций, к чему могут привести их решения.
- Загадочность, необычность те факторы, которые воздействуют на любопытство обучающихся и их желание что-то узнать и запомнить, так как способствуют формированию эмоционального отклика со стороны студентов. Это может также проявляться в наличии неопределенности: обучающиеся никогда точно не знают, что их ждет дальше: сюжетный поворот, новое задание, какой-либо выбор или даже необходимость вернуться к началу и повторить ранее совершенные действия.
- Разнообразие наград не просто выставление баллов по единой шкале оценивания, но учет и признание конкретных достижений обучающихся. Студенты должны ясно видеть, что именно им удается, какими навыками они уже обладают, а над чем им необходимо поработать. Сюда включены не только способности к заучиванию и воспроизведению материала, но и их умения находить выход из нестандартных ситуаций, оценивать себя, взаимодействовать с окружающими.

Вышеназванные принципы позволяют обеспечить вовлеченность обучающихся в работу и создать условия для стимулирования их внутренней мотивации.

Использование игрового мышления на занятиях позволяет уделить внимание формированию различных навыков, характерных для следующих сфер:

• когнитивной – для того, чтобы быть успешным в игре, человеку необходимо изучить ее и понять, как она работает, чтобы создать стратегию ее прохождения. Игрок анализирует собственные действия и полученные результаты, планирует свои следующие шаги и воплощает эти планы

в жизнь. Наличие постепенно усложняющихся заданий готовит обучающихся к преодолению новых трудностей и создает ситуацию успеха, так как они являются посильными. Возможность выбора задания, способа или времени его выполнения дает студентам контроль над ситуацией и создает условия для повышения автономности студентов и развития у них умений самоанализа;

- эмоциональной игры не только дают обучающимся прочувствовать весь спектр эмоций, но и преобразовать негативные впечатления в опыт, так как в играх люди могут экспериментировать, не боясь неудачи, зная, что она не повлечет за собой серьезных последствий, более того, каждый раз они получают обратную связь об эффективности своих действий, что может помочь при повторной попытке выполнения задания. Следовательно, игрок будет возвращаться к заданию и пробовать снова, каждый раз узнавая что-то новое и закрепляя ранее полученную информацию. Конечный успех будет способствовать формированию у человека чувства гордости и желания продолжать игру;
- с о ц и а л ь н о й продуманное внедрение геймификации позволяет создать роли, которые дадут обучающимся возможность открыть в себе неизвестные ранее черты, реализовать свои возможности и быть признанными другими студентами и преподавателем. Предъявление группе взаимосвязанных ролей обеспечивает зависимость общего успеха от работы каждого игрока, отмечает Дж. Ли, и приводит к осознанию обучающимися значимости каждого из них [3].

Многие платформы и приложения для изучения иностранного языка являются примерами использования геймификации, из самых известных -LinguaLeo и DuoLingo. Они задействуют разные элементы игр, но направлены на то, чтобы привлечь новых пользователей, предоставив им выбор заданий и темпа обучения, возможность возвращаться к пройденному и отслеживать свой прогресс, получая награды и повышая уровень или сравнивая себя с другими игроками. Созданные препятствия, наличие соревнования, необычность содержания заданий и визуальное оформление способствуют повышению интереса обучающихся к данным ресурсам. Несмотря на то, что геймификация может внедряться в процесс обучения через создание отдельных платформ и сайтов с привлечением программистов и дизайнеров, ее успешное использование обеспечивается также и минимальными ресурсами, которые позволяют предоставлять обучающимся информацию об их прогрессе, навыках и новых заданиях, а также делать возможной постоянную связь между преподавателем и студентами вне класса. Наличие указанных факторов позволяет геймифицировать самостоятельную работу студентов.

Геймификация самостоятельной работы студентов при изучении иностранного языка может заключаться в создании единого сюжета, связывающего проходимые темы, назначении определенных ролей или функций, предоставлении наград за успешное выполнение заданий и проявленную

активность. Так, на фонетике английского языка вводится история о вспышке загадочной болезни, из-за которой жители лишаются возможности говорить. На поиски артефакта, способного исцелить горожан, отправляется команда экспертов, среди которых есть Лидер, Послы, Авантюрист, Библиотекарь, Менестрель, Казначей, и каждый член экспедиции обладает своими функциями и специальными заданиями. За выполнение заданий студенты получают «монетки», количество которых позволяет им увеличить уровень своего персонажа и поднять свою позицию на доске лидеров. Помимо этого для получения дополнительных «монеток» обучающиеся могут делиться любым найденным материалом, связанным с фонетикой или английским языком в целом, который соотносится с их функцией. Например, Библиотекари могут находить интересные рассказы или стихотворения, Менестрели – знакомить одногруппников с англоязычными песнями, Послы – предлагать к изучению образцы различных акцентов. Обязательные задания выдаются студентам на занятии, они вплетены в историю и являются препятствиями, которые необходимо преодолеть, что продолжить прохождение сюжета. Задания включают в себя работу с интонационными моделями, выразительное чтение текстов и стихотворений, отработку произносительных навыков с помощью скороговорок, анализ образцов речи носителей языка, написание и чтение транскрипции, комментирование звуковых явлений и редукции служебных слов. На выполнение каждого задания отводится неделя, по завершении которой результат представляется на занятии и оценивается преподавателем. Для презентации истории, заданий и отображения прогресса обучающихся используется программа Power Point (на занятиях), Google Презентации (дублирование материала онлайн) и общий чат, созданный преподавателем для поддержания связи со студентами во внеучебное время и прояснения возникающих вопросов, и служащий платформой для дополнительного материала, присланного обучающимися.

Анализ данных, полученных в ходе проведения анкетирования среди студентов 213 группы факультета межкультурных коммуникаций, позволяет выделить следующие тенденции: 80 % обучающихся считают, что геймификация делает учебный процесс интереснее, в то время как остальные 20 % предполагают, что она может помешать учебе. 70 % студентов называют продвижение по сюжету, его текстовое и визуальное оформление и выполнение разнообразных заданий главными факторами, мотивирующими их к активному участию. Также обучающиеся довольны своими ролями в экспедиции, так как имели возможность выбрать наиболее подходящую для себя сферу. Большинство обучающихся предпочитают сотруднический формат работы в ходе выполнения заданий и отмечают, что в первую очередь поиск дополнительного материала стимулируется желанием узнать что-то новое самим и поделиться найденным с одногруппниками. 40 % опрошенных также указывают стремление заработать монетки как один из мотивирующих факторов. Существующая система наград, включающая в себя уровни персонажей и набранное количество «монеток», оценена студентами положительно, большая часть считает, что преподавателем должна учитываться и наглядно отображаться активность каждого обучающегося. В целом студенты отмечают, что хорошо провели время, работая сообща, улучшили свои знания по фонетике и узнали новые факты об английском языке. Также обучающиеся выразили интерес к геймификации других предметов, связанных с изучением иностранного языка, приводя грамматику и практику устной и письменной речи в качестве примеров. Тем не менее, 20 % учащихся отметили, что предпочитают максимальную концентрацию исключительно на прохождении учебной программы.

Полученные результаты показывают, что геймификация вызывает интерес у большинства обучающихся и способствует формированию внешней и внутренней мотивации к активной работе как на занятии, так и вне его. Тем не менее, геймификация должна осуществляться с учетом интересов и пожеланий обучающихся и служить способом разнообразить занятие, а не становиться фокусом внимания преподавателя. Преподаватель должен понимать, для чего он использует геймификацию, какие задачи он собирается достигнуть, как изменение учебного процесса повлияет на студентов и что сделать, чтобы этот эффект оказался положительным, а созданная игра имела ценность для обучающихся.

ЛИТЕРАТУРА

- 1. *Kapp, K. M.* What Every Chief Learning Officer Needs to Know about Games and Gamification for Learning [Electronic resource] / Karl M. Kapp, John Coné Institute for Interactive Technologies 2012. Mode of access: http://karlkapp.com/wp-content/uploads/2013/01/clo_gamification.pdf Date of access: 24.03.2019.
- 2. *Werbach*, *K*. Learning from games for gamified learning [Electronic resource]: Gamification World Congress. Mode of access: http://www.gwc-conference.com/talk/learning-from-games-for-gamified-learning Date of access: 06.04.2019.
- 3. *Lee*, *J*. Gamification in Education: What, How, Why Bother? [Electronic resource] / J. Lee, J. Hammer // Academic Exchange Quarterly, 2011, 15 (2). Mode of access: https://www.researchgate.net/publication/258697764_Gamification_in_Education_What_How_Why_Bother Date of access: 17.02.2019.

Секция 2 ПЕРЕВОД В АСПЕКТЕ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ

М. Г. Богова, А. А. Кравченко (Минск, МГЛУ, Беларусь)

УСТРАНИМЫ ЛИ ПРОБЛЕМЫ МАШИННОГО ПЕРЕВОДА?

Прежде всего необходимо понять, как работают системы машинного перевода (МП).

Для осуществления машинного перевода на вычислительное устройство устанавливается специализированное программное обеспечение с соответствующим алгоритмом перевода, под которым понимается последовательность строго определенных действий над текстом с целью выявления переводных соответствий в имеющейся паре языков.

На большинстве устройств используется следующий алгоритм машинного перевода: ввод текстовых данных и поиск входных словоформ; перевод идиоматических словосочетаний, фразеологизмов, штампов, присущих языку или данной предметной области; финальный грамматический анализ; синтез выходных словоформ и предложений в целом на языке-цели.

Существует несколько методов перевода: система может базироваться на лингвистических правилах, когда слова из языка-источника сопоставляются с подобными в целевом языке. Имеется утверждение, что для решения проблемы МП сначала нужно понять текст на естественном языке. Такой метод используется посредством символического представления, в основе которого лежит текст на языке перевода. Если учитывать посредников, то можно говорить о интерлингвистическом МП или трансфертном переводе. Для качественного перевода системы должны обладать большим количеством словарей, включающих морфологическую, синтаксическую и семантическую информацию, а также полный набор используемых необходимых правил.

Все системы МП в целом делятся на три основные группы: основанные на правилах, базирующиеся на примерах и синтаксические [1; 2]. В основе систем, основанных на правилах, лежит лингвистическая информация о принятых в языке-источнике и языке-цели правилах. Этот метод называется классическим: на основе исходных данных текст переводится последовательно, минимальной единицей при этом является предложение.

Системы, базирующиеся на примерах, представляют собой совокупность систем, основанных на принципе «связь структуры входного и выходного предложения». Они подразделяются на три категории: с и с т е м ы п о с л о в н о г о п е р е в о д а (выдают продукт низкого качества, но используются для перевода длинных списков или подстрочника для ТМ-систем — translation memory systems), трансфертные и интерлингвистические системы. В процессе перевода имеется посредник, через которого проходит смысл исходного выражения. Разница между этими двумя способами в том, что в т р а н с ф е р т н ы х с и с т е м а х посредник зависит от пары языков,

участвующих в процессе перевода [3]. Любая трансфертная система состоит из пяти частей: морфологического анализа; лексической категоризации; лексического трансфера; структурного трансфера; морфологической генерации [4].

Интерлингвистический машинный перевод является одним из традиционных. При этом исходный текст переводится в абстракцию, не зависящую от языковой системы, а переводной текст базируется на этой абстрактной системе. Ключевое преимущество данного подхода заключается в том, что новый язык в систему добавляется исключительно математическим способом — вносятся правила языка и на основе смысла машина интерпретирует текст с одного языка на другой. Однако, как бы хорошо это не звучало в теории, данный подход не реализован пока даже для двух языков.

Для сравнительного анализа перевода были выбраны образцы художественного текста (отрывок из новеллы Г. Хилл «Leaving Bill») и деловой документации (фрагмент из годового отчета японской компании Stanley Electric).

Одной из главных целей художественной литературы является доставление эстетического удовольствия читателю, а также донесение скрытых смыслов, заложенных автором произведения. Каждое предложение направлено на создание у читателя определенного эмоционального настроя. В данном случае обе задачи машинным переводом оказались не выполнены, напр.: Темно-зеленая дверь с ее латунным молотом сделала дом надежным и надежным местом, чтобы создать дом и создать семью.

Для того, чтобы передать идею, заложенную в предложении, используется генерализация и добавление более сложных синонимов слова создавать: Медный молоток на темно-зелёной двери придавал дому солидный и надёжный вид. Безопасное место для того, чтобы наладить быт и завести семью.

Сравните машинный перевод: *Прижавшись к мраку, она направилась к главной улице* и традиционный перевод: *Собравшись с духом, она направилась в сторону главной улицы*.

Еще один пример ошибки машинного перевода: Дождь запотевал воздух, и Труда поправила свой платок, не желая, чтобы сырость отменила несколько часов в бигуди, которые она перенесла этим утром. Здесь помимо генерализации и добавления эпитетов, использован прием аллитерации. Традиционный перевод: Моросящий дождь создавал туман, и Труда поправила платок на голове, не желая, чтобы сырость свела на нет все ее многочасовые мучения с бигуди этим утром.

Отсутствие у машины фоновых знаний привело к неверному переводу фамилии английского писателя Ч. Диккенса: Дом выглядел теплыми и привлекательными, как что-то из рождественской сцены в романе Дикена. Их наличие не позволило бы допустить такую ошибку в традиционном переводе: Здание выглядело таким теплым и манящим, будто из Рождественской сцены романа Диккенса.

Машина выполняла перевод каждой языковой единицы, в итоге предложения превращались в набор слов, не связанных по смыслу: *Клубничные конфеты, топы большого пальца, зимняя смесь, розовые креветки, летаю-щие тарелки, жевательные орехи и т.д.* При традиционном переводе выполняется поиск информации об английских сладостях, переводчик может посетить личные сайты и кондитерские магазины онлайн, чтобы найти русские аналоги упомянутых конфет, а при их отсутствии он применит калькирование: *Клубничные конфеты, фруктовые леденцы, набор из мятных, травяных и ментоловых сладостей, жевательные креветки, лимонные вафли с щербетом, орешки в шоколаде...*

Пример выбора не подходящего по смыслу перевода лексической единицы *indulgence*: *Труд был назван в результате его снисхождения*. Для придания нужного эстетического эффекта переводчик найдет в словарях приемлемое значение: *Труде дали такое имя как раз с его разрешения*.

Можно приводить много других примеров, где ошибками машинного перевода являются нарушение порядка слов, игнорирование контекста, допущение аллитерации, необходимость поиска эпитетов.

Несколько иначе обстоят дела с машинным переводом деловой документации, для которой характерно наличие однозначных клишированных конструкций, хотя используются сложные предложения с большим количеством причастных и деепричастных оборотов. Для отчетности в финансовом документе в деталях описывается каждое совершенное компанией действие, потеря при машинном переводе ключевого значения термина или отсутствие перевода как такового может привести к серьезным последствиям при работе с иностранными предприятиями. Пример: в одном из предложений слово back-office осталось непереведенным, хотя его составляющие были заложены в программе: путем тщательной ликвидации отходов в производственном процессе и back-office. В аутентичном переводе, данный термин передан транслитерацией и сопровождается кратким определением: тщательной утилизации отходов производства и создания бэк-офисов (отделы, департаменты корпорации, которые выполняют рутинные, административные, обслуживающие функции управления бизнесом как таковым).

Часто программа дублировала перевод различных лексических единиц в каждом предложении, что усложняло понимание текста в целом: В таких бизнес-условиях Stanley Electric и ее дочерние компании прилагают усилия, в рамках которых дочерние компании работали над разработкой продуктов...

Ожидается, что в Азии внутренний спрос будет оставаться устойчивым, и **ожидается**, что экспорт продолжит расти незначительно на фоне спроса в развитых странах.

Что касается зарубежной экономики, то США и Европа **умеренно выздоравливали,** в то время как Азия в целом продолжала **умеренно развиваться**...

При традиционном переводе используется прием опущении и добавления, найдены синонимы слова умеренно: В такой экономической обстановке «Stanley Electric» и её дочерние предприятия прилагали все усилия, в рамках которых эти компании занимались разработкой продуктов...

Предполагается, что в Азии внутренний спрос останется устойчивым, а также, что экспорт продолжит умеренно расти на фоне спроса в развитых странах. С точки зрения зарубежной экономики, в США и Европе произошёл **относительно небольшой подъем**, в то время как Азия в целом продолжала показывать **стабильный рост**.

Отметим дословный машинный перевод экономических терминов, что приводило к потере смысла лексической единицы в целом: Ожидается, что японская экономика останется умеренной экспансионистской тенденцией, несмотря на падение цен на акции, ср.: Ожидается, что японская экономика продолжит придерживаться умеренной тенденции по расширению своих объемов, несмотря на падение цен на акции.

В соответствии с этим бизнес-клиентом дочерние компании полны решимости добиться ощутимых результатов от своей деятельности в области инноваций в производстве..., ср.: При таком деловом климате, объединённые дочерние компании твёрдо намерены добиться ощутимых результатов от производственных инноваций...".

Перечислим типичные ошибки машинного перевода деловой документации:

- 1) общие ошибки: самые частотные это морфологически ошибки в числе, падеже, времени, наклонении, степеней сравнения прилагательных и наречий, предлогах, имёнах собственных;
- 2) ошибки перевода сложных предложений с двумя и более оборотами процент потери ядерного значения очень высок;
 - 3) синонимичные повторы, тавтология;
 - 4) перевод каждой отдельной лексической единицы;
 - 5) отсутствие эстетической составляющей;
 - 6) незнание сложной терминологии.

Сегодня машинный перевод без редактуры является быстрым инструментом для создания общего представления о том, что исходный фрагмент на иностранном языке призван донести до читателя. С переводческой точки зрения финальный вариант, который выдает программа, чаще всего является некорректным. Совет — отказаться от полного машинного перевода в пользу автоматизированного, позволяющего контролировать и вносить правку в процессе перевода, либо осуществлять постредактирование. Его удобнее всего делать в окне перевода программы, так как любые предложения по улучшению перевода учитываются и прорабатываются разработчиками системы, они заносятся в базу программы. Именно так происходит улучшение моделей перевода.

Можно порекомендовать программу AfterScan Antique, а во время постредактирования — использовать переводной словарь Reverso Context. Данная программа позволяет эффективно перевести слова и выражения,

совершая глобальный поиск и используя несколько полноразмерных словарей, и затем предоставляет перевод и примеры употребления практически любой лексической единицы или выражения.

Как видно, ошибки в переводе, выполняемом машиной, достаточно многочисленны. Рекомендации по исправлению и улучшению машинного перевода сводятся к использованию различных дополнительных переводческих программ, а также «помощи» при обучении модели компьютерной программы перевода. Имея дело с важными документами и художественными текстами, перевод, осуществленный с помощью программного обеспечения, следует считать первым предварительным вариантом. Ручное корректирование текста следует осуществлять в обязательном порядке.

ЛИТЕРАТУРА

- 1. *Баранов, А. Н.* Введение в прикладную лингвистику / А. Н. Баранов. М.: Эдиториал УРСС, 2001. 360 с.
- 2. *Совпель, И. В.* Инженерно-лингвистические принципы, методы и алгоритмы автоматической переработки текста / И. В. Совпель. Минск: Вышэйшая школа, 1991. 118 с.
- 3. *Исламов*, *P. С.* Лексическая амбивалентность естественного языка в среде систем машинного перевода: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19 / Р. С. Исламов. Кемерово, 2015. 220 с.
- 4. *Новиков*, *В. А.* Трансфер в современных системах машинного перевода: дис. . . . канд. филол. наук: 10.02.21 / В. А. Новиков. Москва, 2001. 194 с.

М. Г. Богова, Е. В. Рубан (МГЛУ, Минск, Беларусь)

СТРУКТУРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ И СПОСОБЫ ПЕРЕВОДА НОВЕЙШИХ АНГЛИЙСКИХ НЕОЛОГИЗМОВ В СФЕРЕ ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИЙ

Обогащение языка происходит непрерывно. Появление новых английских слов и словосочетаний вызывает особый интерес исследователей, т.к. они отражают изменения языка в новых условиях его функционирования в обществе глобальной информатизации и культуры. Такие лингвисты, как В. Г. Гак, В. И. Заботкина, Р. Квирк, Н. З. Котелова, Д. Кристал и др., изучают закономерности новообразований, их характеристики, специфику употребления, чем и закладывают теоретическую базу исследований.

Общее определение неологизмов дается в энциклопедиях: *неологизм* – слово, значение слова или словосочетание, недавно появившееся в языке [1], однако следует отметить необходимость более четких дефиниций понятий *неологизм*, *новообразование*, *новое слово* и *инновация*. *Новообразование* рассматривают как дериват некоторого исходного слова и подчеркивают его

морфологические, синтаксические и фонетические аспекты (Л. Л. Касаткин); как новое слово, которое состоит из ранее имеющихся в языке слов или элементов слов в их новой комбинации (Г. Ф. Алиаскарова). *Инновацией* считают родовым понятием, которое обозначает новые явления на всех языковых уровнях языка (Е. В. Сенько).

В широком понимании к неологизму можно отнести любую новую лексическую единицу языка и речи, узкое понимание ограничивает определение появлением исключительно нового понятия (А. А. Брагина). Иногда говорится об окказиональности и временности этого слова, возникшего в определенном контексте (толковый переводческий словарь Л. Л. Нелюбина), при этом подчеркивается, что это слово или новое значение еще не зафиксировано в словарях (там же). По дефиниции профессора И. В. Арнольд [2], неологизмы — лексические единицы, которые появились в языке на определенном этапе развития и созданы по словообразовательным моделям либо путем заимствования для обозначения нового (ранее неизвестного) предмета, действия, явления. В число неологизмов входят новые значения уже существующего слова.

Характерно, что неологизм должен пройти процесс *лексикализации* — трансформироваться в отдельное значимое слово или устойчивое выражение, которое демонстрирует его признание и употребимость, прежде чем оно будет зафиксировано в словаре. Справедливо отметить, что не все новообразования будут закреплены в повседневной речи, некоторые не войдут в активный состав языка и не будут кодированы как лексическая единица, составляющая словарный запас, т.е. не будут фиксированы в словарях.

Говоря о структурных особенностях английских неологизмов, отмеченных в электронных словарях, лингвисты выделяют основные морфологические способы их словообразования. Так, среди массмедийных неологизмов наиболее продуктивными способами словообразования называют словосложение, аффиксацию и контаминацию. Меньшей продуктивностью по сравнению с ними обладают усечения, акронимы и конверсия. Наименьший процент составляют аббревиатуры, удвоения и случаи обратной деривации [3].

Наша выборка 25 новейших английских неологизмов, появившихся с 2006 по 2018 г. в сфере коммуникационных и информационных технологий, дает показательные примеры таких различных способов образования новых слов.

1. **Troll** (2006 г.). Здесь можно наблюдать смещение значения. Этот неологизм означает преднамеренные оскорбительные или провокационные онлайн-публикации с целью обидеть или спровоцировать другого человека. В XVII в. тролли были использованы для описания уродливых карликов или гигантов. В современном английском языке слово *troll* описывает метод ловли рыбы, в котором рыбак осторожно бросает леску с наживкой в воду.

Во многом это похоже на то, как некоторые люди в Интернете провоцируют других посредством оскорбительных или неуместных сообщений, пытаясь вызвать негативные эмоции или ответ.

- 2. **To unfriend** (2009 г.) 'убрать кого-либо из списка друзей в социальных сетях'. Неологизм образовался с помощью префиксации, он возник на просторах сети Facebook после появления нового значения у слова *friend* 'добавить кого-либо в друзья в социальных сетях'.
- 3. **App** (2010 г.). Слово *application* 'приложение' уже не является неологизмом, т.к. используется достаточно давно. Однако употребление *app*, образованного с помощью сокращения, рассматривается как неологизм.
- 4. **Avatar** (2010 г.) термин, означающий главную фотографию кользователя в социальных сетях, связан с санскритским словом *avatara*, которое использовалось для описания происхождения божества в земной форме. Слово являлось заимствованием с хинди и существует в английском языке с 18 века. Как видим, в 2010 г. произошел сдвиг значения.
- 5. **E-commerce** (2010 г.) означает различную торговлю в интернет-пространстве. Неологизм, образованный от слов *electronic* и *commerce*, является акронимом.
- 6. **GIF** (2012 г.). Этот неологизм также является акронимом: Graphics Interchange Format 'формат для обмена изображениями'. Этот популярный растровый формат графических изображений способен хранить сжатые данные без потери качества в формате не более 256 цветов. Несколько лет никто не знал, как правильно произносить этот неологизм, пока в 2018 г., создатель этого формата С. Вилхит, не подтвердил, что произносить стоит как ['jif], а не ['gif]: «The debate over how to pronounce GIF, which stands for Graphics Interchange Format, re-emerged this week when Steve Wilhite, the inventor of the widely used Web illustration, declared it should be pronounced "jif," like the brand of peanut butter, rather than with a hard G sound». Неологизм образован с помощью аббревиатуры.
- 7. **To inbox** (2012 г.) глагол, означающий отправку личного сообщения или электронного письма, образован путем конверсии. Слово стало популярным еще в 1984 г. с появлением электронной почты и использовалось как существительное 'электронная почта'. Начиная с 2012 г. очень популярным является *inbox me* 'отправь мне личное сообщение': *Inbox me if you're interested in the office party*.
- 8. **To unlike** (2013 г.). Кнопка «like» в Facebook создала новое значение для имеющегося в языке слова *unlike* 'в отличие от'. *To unlike* значит убрать лайк, который уже был поставлен произошло смещение значения. Чаще всего речь идет о социальных сетях, фотографиях, веб-страницах и форумах.
- 9. **Blockchain** (2014 г.) неологизм, означающий оцифрованную, децентрализованную и постоянно растущую публичную сеть, состоящую из записей, называемых блоками, которые связаны между собой и защищены с использованием криптографии. Образован сложением слов *block* и *chain*.

- 10. **To photobomb** (2014 г.) глагол, означающий 'испортить фотографию, неожиданно появляясь в поле зрения камеры, чаще всего ради шутки', образован путем сложения *photo* и *bomb*.
- 11. **Cyberstalking** (2015 г.) образовано сложением слов *cyber* и *stalking* и означает преследование или слежку за человеком в Интернете для ложных обвинений, клеветы, сплетен и др.
- 12. **Paywall** (2015 г.) существительное, означающее специальную программу, которая препятствует доступу к определенному контенту, если пользователь не заплатил за подписку. Неологизм *paywall* образован с помощью сложения слов pay+wall, часто используется как синоним выражения 'ограниченный доступ'.
- 13. **Tweep** (2016 г.) 'человек, использующий социальную сеть Twitter для отправки и получения сообщений' дает пример контаминации, т.е. слияния слов *twitter* и *peep*.
- 14. **Websiting** (2016 г.). Неологизм возник в сфере программирования и означает процесс загрузки, изменения и разработки сайта. Образован с помощью аффиксации, к слову *website* был добавлен суффикс *-ing*.
- 15. **Autofail** (2017 г.) слово, означающее ошибку в тестовом сообщении, которая была допущена не самим человеком, а автоматическим программным обеспечением для исправления или проверки правописания. Образовано путем сокращения фразы *autocorrect fail*.

Отдельным вопросом выступает перевод этих новорожденных слов. Проблема переводов или хотя бы правильного толкования неологизмов связана с тем, что при современной глобализации, стремительном развитии науки и техники словари не успевают публиковаться. Когда переводчик встречает новое понятие, он должен правильно определить значение слова при помощи контекста и использовать нужный способ перевода:

Рассмотрим наиболее интересные примеры перевода неологизмов в сфере интернет-технологий.

- 1. **Mac nazi** (2006 г.). Сложно понять, что этот неологизм значит: *nazi* 'нацист', слово *mac* образовано от названия продукции компании Apple *macbook*, пример употребления: *My Friend Jeremy tries to convert me to a Mac User constantly and tells me how much better it is than my current OS. So I now address him as a Mac Nazi!* Из контекста можно понять, что *Mac nazi* это человек, который настолько любит технику Apple, что настойчиво или даже насильно пытается заставить пользоваться их техникой. В объяснении использован описательный перевод. Этот пример достаточно сложно перевести, оставляя оригинальную структуру. Поэтому получается: 'Мой друг Джереми пытается заставить меня стать пользователем продукции Мак и говорит, насколько она лучше, чем моя нынешняя OS. Сейчас я называю его Мак нацистом'.
- 2. **Start up** (2006 г.) термин, обозначающий новую предпринимательскую деятельность либо активность, связанную с ее началом и чаще всего употребляется в сфере информационных технологий. *Startups in Russia must*

- grapple with U.S. and E.U. economic sanctions, a dearth in venture funding, and their country's tarnished reputation. Прижившийся в русском языке перевод транслитерацией старта быстро вошел в нашу жизнь и используется как в\разговорном, публицистическом, так и литературном стилях. Перевод: 'Стартапы в России должны бороться с американскими и европейскими экономическими санкциями, с недостатком венчурного финансирования и запятнанной репутации страны.'
- 3. Cloud computing (2011 г.) неологизм обозначает использование сервисов, компьютерных программ, размещенных в Интернете и которые человек не покупает или устанавливает непосредственно. Cloud computing is a new version of the Internet. You can access and share data and information with high speed and accuracy. На русский язык можно перевести как 'облачные вычисления' или 'облачная обработка данных'. В обоих случаях cloud переводится калькой и становится прилагательным облачный. Вторая часть словосочетания имеет вариативный перевод исходя из контекста и передается калькированием. Можно перевести данный пример, как: 'Облачная обработка данных это новая версия Интернета. Вы можете делиться информацией с огромной скоростью и точностью.'
- 4. **Bitcoin** (2011 г.). Это слово означает определенный вид криптовалюты (цифровой валюты, производимой в социальных сетях, независимой от государств) или единица такой валюты. *Bitcoin briefly fell to \$5,050 earlier today before rebounding somewhat to trade around \$5,100*. На русский язык передается словом *биткоин*, т.к. чаще всего все имена собственные передаются транскрипцией или транслитерацией. Эта форма используется в СМИ, разговорной речи и литературе. Перевод предложения: 'Биткоин ненадолго упал с своей цене до \$5,050 ненадолго, но позже поднялся до \$5,100.
- 5. **Cryptocurrency** (2011 г.) неологизм означает электронную или виртуальную валюту, в коде которой для безопасности используется криптография: Buying and trading cryptocurrencies should be considered a high-risk activity. Здесь переводчик может столкнуться с проблемой, как правильно передать первую часть слова crypto. В словарях можно найти аналог тайный. Но в русском языке уже существует слово криптография, поэтому первую часть слова можно передать транскрипцией. Вторую часть currency заменяем аналогом валюта. Перевод криптовалюта смешанный вид перевода, т.к. первая часть слова передана транскрипцией, а вторая калькированием. Перевод предложения: 'Покупку и продажу криптовалюты можно назвать деятельностью с высокой степенью риска'.
- 6. **To google** (2012 г.). Wanna know something about French Revolution? Google it! Раньше глагол означал поиск информации в Интернете при помощи сайта Google, затем его значение генерализировалось как поиск или проверка информации в Интернете в целом. На русский язык передается словом гуглить. Здесь слово передается транскрипцией, к которой со временем с помощью аффиксации прибавились суффиксы, свойственные русскому языку -а, -ть. Данное предложение можно перевести, как: 'Хочешь узнать что-то про Французскую революцию? Загугли!'

- 7. Catfishing (2013 г.). Данный неологизм означает процесс обмана в социальных сетях, по средствам создания ненастоящих интернет страниц, выставления ненастоящих фотографий, чтобы вовлечь незнакомых людей в романтические или дружеские отношения с собой. Gwen was worried that her online boyfriend was a phoney after she saw a TV program about Catfishing. Адекватного аналога, который полностью передает смысл этого слова, в русском языке не существует. Поэтому передать его можно только описательным переводом: 'Гвен очень обеспокоена тем, что ее онлайн парень может быть ненастоящим. Она увидела программу по телевизору про людей, которые создают ненастоящие страницы в социальных сетях для создания отношений'.
- 8. **Cyberbullying** (2014 г.) новое понятие, означающее травлю, угрозы, запугивания и нападения на других людей с помощью сети Интернет. Guidance for parents and young people on cyberbullying, including advice for ending (or preventing) the cycle of aggression. Существует несколько вариантов перевода: 1) перевести обе части слова калькированием Интернет-травля; 2) передать первую часть слова транслитерацией, а вторую калькированием кибертравля; 3) наиболее популярный вариант перевода в сети Интернет и СМИ передать все транслитерацией: кибербуллинг. Все три варианта возможны и встречаются повсеместно. Перевод примера: 'Руководство по кибербуллингу для родителей и молодых людей, включающее рекомендации по прекращению (или предотвращению) агрессии.'
- 9. **Selfie** (2015 г.) слово, сразу набравшее вирусную популярность. Пример употребления: We consulted with selfie experts (celebrity bloggers, bloggers and make-up artists) to find out how to take a good selfie. 'Мы проконсультировались с экспертами в области сэлфи (знаменитыми блогеррами, блоггерами и визажистами), чтобы понять, как сделать красивое сэлфи.' Существовало два варианта его перевода: себяшка передан калькированием, селфи транскрипцией, сегодня первый вариант практически не встречается.
- 10. **Fake** (2017 г.) интересный и новый термин русского языка, он имеет свой аналог фальшивый, который уже очень давно существует в англорусских словарях. Слово приобрело популярность в сети Интернет за счет СМИ. Существуют два варианта перевода этого слова: калькированием ненастоящий и транскрипцией фейк. Последний вариант чаще используется в Интернет сленге, но постепенно начинает входить в язык СМИ. Очень часто можно встретить в новостях словосочетание fake news, напр., во фразе из Твиттера Д. Трампа: It is the same Fake News Media that said there is "no path to victory for Trump" that is now pushing the phony Russia story. A total scam! "Это то же фейковое новостное СМИ, которое заявляло: «Трамп ни в коем случае не победит», и сейчас оно же проталкивает ложную историю про Россию".

Как видно из приведенных примеров английских неологизмов, относящихся к сфере интернет-технологий, для их создания используются разнообразные способы словообразования, а при передаче на русский язык наблюдается тенденция избегать описательного перевода и калькирования, отдавая предпочтение передавать их значение транскрипцией или транслитерацией.

ЛИТЕРАТУРА

- 1. Неологизм [Электронный ресурс]. / Энциклопедия Кругосвет : Универсальная научно-популярная энциклопедия Режим доступа: http://www.krugosvet.ru/enc/gumanitarnye_nauki/lingvistika/NEOLOGIZM.html Дата доступа: 09.11.2018.
- 2. *Арнольд*, *И. В.* Лексикология современного английского языка / И. В. Арнольд 2-е изд., перераб. М. : ФЛИНТА : Наука, 2012. 376 с. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.academia.edu/220529-61/Арнольд_И. В._Лексикология_современного_английского_языка Дата доступа: 10.04.2019.
- 3. Воробьева, И. А. Структурные особенности массмедийных неологизмов английского языка / И. А. Воробьева, Н. Ю. Павлова [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://cyberleninka.ru/article/n/strukturnye-osobennosti-massmediynyh-neologizmov-angliyskogo-yazyka Дата доступа: 20.11.2018.

Д. А. Валянская (МГЛУ, Минск, Беларусь)

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МУЛЬТИМЕДИЙНЫХ ПЛАТФОРМ В ОРГАНИЗАЦИИ ОБУЧЕНИЯ ПЕРЕВОДУ С ЛИСТА БУДУЩИХ ПЕРЕВОДЧИКОВ

Ресурсы сети Интернет сегодня практически безграничны. В то же время обучение вышло за рамки аудиторий. Современные образовательные стандарты, актуальная проблема формирования компетентного специалиста и связи образовательного процесса с профессиональной деятельностью меняют подходы к самому образовательному процессу. Значительная часть обучения ложится на плечи студентов в виде самостоятельной работы. В то время как в своей повседневной жизни студенты окружены технологиями, образовательный процесс не может не включать в себя современные информационно-коммуникационные технологии. В организации аудиторных занятий по переводу используется большое количество информационно-коммуникационных технологий, однако самостоятельная работа студентов может стать более разнообразной за счет использования онлайн-ресурсов сети, которые невозможно использовать в аудиториях, не имеющих доступа в интернет.

Интерес представляют мультимедийные платформы, предназначенные для продвижения контента в социальных сетях. Относительно новым понятием являются *цифровые истории*, которые можно создавать при помощи таких мультимедийных платформ. *Цифровое повествование* — это форма производства цифровых медиа, которая позволяет людям делиться аспектами своей истории. Повествование может включать в себя различные средства мультимедиа — изображения, видео и аудио, статичные изображения и под-

вижные GIF-изображения, веб-публикации, которые люди могут использовать, чтобы рассказать историю или представить идею. Как и традиционные повествования, большинство цифровых историй сосредоточены на конкретной теме и содержат определенную точку зрения. Однако, как следует из названия, цифровые истории, как правило, содержат смесь из компьютерных изображений, текста, записанного аудио повествования, видеоклипов, и/или музыки. Цифровые истории могут варьироваться по продолжительности, но большинство историй, используемых в сфере образования, длятся от 2 до 10 минут. Перечень тем, используемых в цифровом диапазоне повествования, бесконечен. Такую форму представления материала используют компании, издательства, информационные агентства для продвижения своей продукции.

На базе подобных онлайн-платформ можно создавать цифровые публикации, добавлять текстовые, аудио и видеоматериалы, создавать опросы и голосования, флеш-карточки, рейтинги, статьи, сопоставления, викторины, обсуждения и публиковать их в социальных сетях, на сайтах и в блогах.

Мультимедийные платформы можно использовать и для образовательных целей. Разнообразие мультимедийных материалов, которое позволяют создавать онлайн-платформы, может расширить возможности организации самостоятельной работы студентов при обучении переводу. Истории, созданные преподавателями для студентов, могут служить способом привлечения внимания к изучаемой теме, расширять знания студентов, оказывать помощь в освоении сложного материала, сохранять в одном месте новую информацию, к которой всегда можно обратиться. Возможно создавать упражнения, для тренировки отдельных навыков, необходимых переводчику. Цифровое повествование также является удобным инструментом для студентов, которые могут создавать свои собственные истории. Этот вид деятельности может носить проектный характер. Он вызывает интерес и мотивирует студентов «цифрового поколения» [1]. По желанию, цифровые истории публикуются в сети Интернет, и студенты имеют возможность поделиться своей работой с другими студентами.

Изучение опыта использования цифровых повествований в преподавании показало, что подобные цифровые технологии более активно используются за рубежом. Так, например, Университет Хьюстона реализует проект по созданию и размещению цифровых рассказов студентов [Там же].

Одной из платформ, с помощью которой можно организовывать самостоятельную работу студентов, является Playbuzz. Playbuzz позволяет структурировать и представить мультимедийный материал. Студенты могут получать информацию, тренировать отдельные навыки, обсуждать результаты в этой удобной платформе для организации разнообразного контента в одном месте.

Для того, чтобы полно раскрыть вопрос, можно представить его в виде интерактивной цифровой истории и вложить в нее текстовую информацию, видео из других сайтов, изображения, добавить опрос перед прочтением

материала при помощи функции Trivia, Quiz, Flipcard. Платформа позволяет создавать цифровые истории (Story) и использовать широкий набор инструментов.

В историю можно добавить текстовую информацию и форматировать ее по необходимости. При использовании изображений можно добавить эффект размытого изображения и для того, чтобы его увидеть, необходимо нажать на изображение. Таким образом можно скрыть запрашиваемую информацию и прежде, чем узнать ответ, студент может ответить на вопрос самостоятельно и только после этого открыть изображение. Такой вид работы позволяет сообщить знания, формировать навыки и умения учебной и практической деятельности.

Встроенный видеоплеер позволяет импортировать видео с сайтов YouTube, Vimeo либо загружать собственные видео. В программе Playbuzz Video можно отредактировать видео, обрезав его, или сделать доступной лишь его часть. Видео можно создать и самостоятельно в Video Creator. Доступны шаблоны, которые упростят этот процесс. В программе можно ускорять или замедлять видео для отработки навыков перевода, можно использовать видео для анализа переводческой ситуации. Для самоконтроля перевода можно записывать на видео перевод, выполненный на занятии, и размещать его на платформе для анализа качества перевода. После этого можно ответить на вопросы созданной в программе викторины — на основе критериев оценки качества перевода, определить свои сильные стороны и отметить те аспекты, которые требуют улучшения.

Сопуо используется для того, чтобы представить текст в форме диалога. Сопуо позволяет представлять любое интервью, беседу или последовательность событий таким образом, чтобы они идеально соответствовали сегодняшним требованиям к контенту. Используя формат наиболее распространенного сегодня способа общения, Сопуо дает вам возможность превратить контент в более простой и интересный опыт для читателей. Такую форму можно использовать для представления интервью, реальных или вымышленных разговоров между разными людьми, для демонстрации хронологии событий, для дробления больших историй на более мелкие куски информации. Данный вариант текста представляет определенный аспект реальности для изучения его основных структурных или функциональных характеристик. При этом возможным становится создание модели ситуации общения между несколькими людьми с целью ее изучения. В качестве задания студентам можно предложить проанализировать текст и выделить его черты, перевести с листа переписку.

Флеш-карточки можно использовать для представления положительных и отрицательных сторон явления, для демонстрации причин и результатов, «до» и «после», вопросов и ответов на них, а также функции «нажмите, чтобы узнать» и др. [2]. Playbuzz позволяет создавать опросы в виде серии вопросов. Эти вопросы могут включать текст и изображения. Такие опросы можно использовать после текста для проверки его понимания, либо для

контроля знаний по определенной теме. Можно организовывать известные multiple-choice тесты. При переводе с листа переводчику необходимо в условиях дефицита времени ознакомиться с текстом для его адекватной интерпретации. При помощи флеш-карточек студенты могут проверить понимание текста, отвечая на вопросы, связанные с прочитанным текстом.

Викторины Trivia используются для создания вопросов, на которые можно дать положительный или отрицательный ответ, и ответов в виде утверждений. После окончания викторины представляется результат, который покажет студентам, насколько хорошо они ее прошли. Викторины можно использовать для презентации новой информации в контексте [3]. В таком опросе есть несколько вариантов ответа на вопрос и при выборе правильного ответа можно расширить информацию, а если был выбран неправильный вариант, то тут же будет даваться разъяснение. Такой интерактивный вариант организации материала с элементом игры вызовет интерес к проблеме и при этом обеспечит более естественное усвоение материала. Таким подходом пользуются современные СМИ и компании при продвижении своей продукции. Геймификация мотивирует студента и позволяет разнообразить образовательный процесс.

Информацию, добавленную в историю, в любое время можно переорганизовать. Готовую цифровую историю можно опубликовать на самой платформе либо включить в страницу в социальных сетях, блогах, приложить ссылку к письму с домашним заданием.

Преимущества использования такой платформы в том, что она позволяет организовать самую разнообразную информацию в одном месте [3]. Платформа Playbuzz бесплатная. Она имеет привлекательный современный интуитивно понятный интерфейс. Playbuzz позволяет не только представлять информацию, но и проверить свои знания. Так после осуществления перевода и, например, записи его на диктофон, студент может оценить качество выполненного им перевода по критериям оценки качества перевода. При этом нет необходимости покидать одну страницу, так как в одной «цифровой истории» могут быть размещены и материалы для подготовки к переводу, тексты, аудио и видеоматериалы по изучаемой теме, и тренировочные упражнения для совершенствование отдельных навыков перевода, сам текст для перевода с листа, а также критерии оценки перевода. Недостаток в использовании этой платформы состоит в том, что для доступа к контенту необходимо пройти регистрацию. Это онлайн-платформа, которая не функционирует без интернета.

К основным преимуществам платформы можно отнести возможность ее использования не только для сообщения сведений, формирования навыков систематизации информации, расширения фоновых знаний, но и отработки переводческих навыков и умений, навыков учебной деятельности и для осуществления самоподготовки, для контроля или самоконтроля уровня овладения студента учебным материалом [4]. Сильной стороной мультиме-

дийных платформ является возможность организации деятельности обучающихся во внеаудиторной работе, имеющие целью развитие внимания, реакции, памяти.

Таким образом, платформы подобные Playbuzz, являются доступным инструментом преподавателя для организации самостоятельной работы студентов, служат средством повышения мотивации студентов и позволяют разнообразить образовательный процесс.

ЛИТЕРАТУРА

- 1. *Логинова*, *А. В.* Цифровое повествование как способ обучения коммуникации на иностранном языке // А. В. Логинова // Молодой ученый. -2015. -№7. C. 805-809.
- 2. *Brown*, *J*. Twenty-first century literacy and technology in K-8 classrooms [Electronic resource] / J. Brown, J. Bryan, T. Brown, 2005. Mode of access: http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/summary?doi=10.1.1.186.5118. Date of access: 25.04.2019.
- 3. *Morra*, *S.* 8 Steps to great digital storytelling [Electronic resource] / S. Morra // Mode of access: http://samanthamorra.com/2013/06/05/edudemic-article-on-digital-storytelling. Date of access: 03.05.2019.
- 4. *Simmons*, A. Digital storytelling across the curriculum [Electronic resource] / A. Simmons, 2014. Mode of access: http://creativeeducator.tech4learning.com/v05/articles/Digital_Storytelling_Across_the_Curriculum. Date of access: 24.04.2019.

Т. И. Голикова, К. Л. Руткевич (МГЛУ, Минск, Беларусь)

В ТВОРЧЕСКОЙ ЛАБОРАТОРИИ ПЕРЕВОДЧИКА: ПЕРЕВОД НАЗВАНИЙ ФИЛЬМОВ

Киноиндустрия со своими кинокомпаниями, киностудиями, десятками тысяч продюсерских центров и цехов, разбросанных по всему миру, относится к социальному явлению. Важную роль в кинопроизводстве играет перевод фильмов на разные языки, от которого в немалой степени зависит, будем ли мы наслаждаться шедеврами мирового кинематографа, или будем их отвергать.

Конечно, фильм — это, в первую очередь, игра актеров, замысел сценариста и режиссера, постановочный опыт оператора и многое другое. В процессе перевода фильма возникает задача передачи всех тонкостей реплик персонажей, не меняя при этом замысел режиссера. Одна из самых сложных задач — это адаптация текста фильма к другой иноязычной культуре. Выполнение киноперевода на качественном уровне, на наш взгляд, относится

к области искусства. Неслучайно, киноперевод, предназначенный для огромной аудитории зрителей, стал одним из наиболее востребованных видов перевода в современном обществе.

Создание любого фильма, включая его перевод на другой язык, представляет собой трудоемкий процесс со своими этапами осуществления. Одним из таких этапов является перевод названия фильма, который играет важную роль в том, насколько успешно сложится судьба того или иного произведения. Название кинопроизведения — это то, на что мы обращаем внимание в первую очередь, изучая рекламу или афишу фильма. Заголовок фильма несет смысловую нагрузку, от которой зависит, сможет ли фильм заинтересовать зрителя, поскольку заглавие произведения часто является ключом к его пониманию. Прочитав заголовок, каждый читатель или зритель по-разному представляет себе сюжет произведения. Следовательно, функция заголовка заключается в том, чтобы привлечь и заинтересовывать предполагаемого читателя или зрителя. Таким образом, название фильма является залогом первичного восприятия образа фильма, во многом предопределяющего его дальнейший успех в кинопрокате.

Результаты проведенного опроса в студенческой среде методом анкетирования подтвердили важность названия фильма. Количественный анализ результатов анкетирования показал, что для 57 % опрошенных ключевым фактором для просмотра фильма является его название, но 33 % респондентов отметили, что даже плохое, на их взгляд, название фильма не является причиной отказа от его просмотра. Половина из опрошенных студентов (50 %) связывают заголовок фильма с его сюжетом и главной идеей. Было установлено, что 43 % респондентов не оставляют без внимания кинозаголовок и стремятся понять, с чем связан предложенный выбор названия. 53 % респондентов считают, что режиссеры, снимающие тот или иной фильм, как правило, дают фильму необычное и интригующее название лишь для того, чтобы фильм был успешным в прокате.

Перевод названий фильмов считается одним из сложных видов межъязыковой и межкультурной коммуникации. Он требует от переводчика значительной предварительной подготовки, что предполагает просмотр всего фильма на языке оригинала, определение его сюжетных линий, знание менталитета и культуры целевой аудитории. Отсюда — креативный подход к переводу кинозаголовка. По мнению теоретика перевода В. Н. Комиссарова «адаптация заголовка — это не только перевод слов, но и перевод идей. Для того чтобы не потерять маркетинговое содержание заголовка, а также сохранить оригинальность, следует интерпретировать содержание заглавия, а не копировать его» [1, с. 103].

Переводчики могут прибегать к одной из следующих трех стратегий при переводе названий иностранных фильмов [2, с. 37–40]:

1. Прямой перевод англоязычных названий фильмов на русский язык. Как правило, такую стратегию используют тогда, когда в названии фильмов, отсутствуют непереводимые культурноспецифические компонен-

ты: «Вад Сотрану» 'Плохая компания' (2002), «The Golden Compass» 'Золотой компас' (2007), «Від Еуеѕ» 'Большие глаза' (2014). В данной стратегии используются такие способы перевода, как транслитерация и транскрипция имен собственных, не обладающих внутренней формой. Например, «Кагla» 'Карла' (2006), «Hank and Mike» 'Хэнк и Майк' (2008), «Victoria and Abdul» 'Виктория и Абдул' (2017), «Christopher Robin» 'Кристофер Робин' (2018), «Tully» 'Талли' (2018).

- 2. Т р а н с ф о р м а ц и я н а з в а н и я. Трансформации в переводе обусловлены различными факторами: лексическими, стилистическими, функциональными, прагматическими. С использованием данной стратегии многие названия фильмов переводятся при помощи контекстуальной замены или добавления лексических элементов, а ввод ключевых слов фильма компенсирует в названии смысловую или жанровую недостаточность дословного перевода. Это также отражает рекламную функцию названий фильмов. Наряду с добавлением: «Hellboy» 'Хеллбой: Герой из пекла' (2004), «Jobs» 'Джобс: Империя соблазна' (2013), «The Institute» 'Институт Роузвуд' (2017), «Gotti» 'Кодекс Готти' (2018) может использоваться прием опущения: «The Bad Lieutenant: Port of Call New Orleans» 'Плохой лейтенант' (2009), «Dracula Untold» 'Дракула' (2014), «Primal Rage: The Legend of Oh-Mah» 'Первобытная ярость' (2018).
- 3. Замена названий фильмов при переводе. При этом действует прием полной лексической, а иногда и семантической замены. Не только режиссеры, но и дистрибьюторы кинопродукции стремятся максимально отразить смысл картины в его названии, чтобы еще до просмотра фильма зритель был подготовлен к тому, что будет показано на экране. Но при этом прокатчики фильма, придавая яркость и броскость заглавию, меняют его таким образом, что замысел создателей может полностью измениться. Примерами могут служить названия следующих фильмов: «The Objective» 'Битва в пустыне' (2008), «Repo Men» 'Потрошители' (2009), «She's Funny That Way» 'Мисс Переполох' (2014), «Gringo» 'Опасный бизнес' (2018).

В качестве примера удачной замены названия фильма приведем название ставшего известным по числу международных наград фильма Д. Жук «Хрусталь» (2018), который в международном прокате получил название «Стуstal Swan». Хрусталь, по замыслу режиссера, является неким воплощением сверкающей мечты, к которой стремится главная героиня. Важно отметить, что действие фильма происходит в небольшом городе, где есть завод по производству хрусталя. Использование замены в англоязычном названии фильма на «Стуstal Swan» отсылает зрителей к одной из сцен фильма, в которой маленький мальчик дарит главной героине хрустального лебедя в качестве символа нереализованной мечты. Как русскоязычное, так и англоязычное названия фильма отражают основной его посыл — «хрупкая мечта», который удачно передан в вариантах заголовка на двух языках.

Исследователь И. Милевич выделяет еще одну стратегию перевода названий фильмов, соотнося ее с определенным жанром, к которому относится фильм [3, с. 68–69]. Например, название фильма ужасов «She Creature» (2001) в русском варианте перевода заголовка настраивает зрителей на то, что в фильме будет происходить нечто пугающее и страшное: «Ужас из бездны», а название детективного фильма «City by the Sea» (2002) в переводе на русский язык адаптировано к жанру детектива: «Последнее дело ЛаМарки»; русскоязычное название триллера «Beirut» (2018) также хорошо отражает жанр кинофильма «Точка невозврата».

На выбор необходимой стратегии перевода названия фильма влияет ряд причин. Одна из главных причин видится в невозможности передачи смысла исходного текста ввиду наличия или отсутствия у зарубежных зрителей «фоновых знаний» о культуре другой страны. Кинодистрибьюторы также могут намеренно исказить название фильма, для того чтобы картина оказалась более успешной в прокате. В качестве примеров можно назвать такие фильмы, как «*The One*» 'Противостояние' (2001), «*Eulogy*» 'Безумные похороны' (2004), «*Deception*» 'Список контактов' (2008), «*Last Vegas*» 'Starперцы' (2013), «*Mother's Day*» 'Несносные леди' (2016), «*Once Upon a Time in Venice*» 'Его собачье дело' (2017), «*Every Day*» 'Привидение' (2018).

Нередкими бывают случаи, когда исходное название фильма изменяется после того, как фильм был завершен. В качестве примера можно привести название комедия «That Awkward Moment» 'Этот неловкий момент' (2014), изначальное название которого было представлено в форме вопроса «Are We Officially Dating?» 'Мы официально встречаемся?' Заголовок был изменен перед выходом фильма в прокат, при этом в Австралии и Новой Зеландии кинолента вышла с прежним названием «Are We Officially Dating?».

Тем не менее, необходимо отметить, что на каком бы этапе производства фильма не появлялось его название, люди, которые занимаются переводом кинозаголовков, прилагают немало усилий для качественного решения своей прагмалингвистической задачи.

Материалом исследования послужили 240 оригинальных названий американских художественных фильмов и их переводы на русский язык, отобранные методом сплошной выборки за период с 2001 по 2018 год. Англоязычные кинозаголовки были соотнесены с их официальными русско-язычными названиями, под которыми фильмы вышли в белорусском прокате. С целью проведения сравнительного анализа переводов названий фильмы были разбиты на две группы с учетом временных отрезков: фильмы выпуска 2001–2010 и фильмы выпуска 2011–2018 годов. В каждой группе представлены 120 оригинальных заголовков американских художественных фильмов и их русскоязычных вариантов перевода. В ходе проведения анализа отобранных художественных фильмов, были определены способы и приемы перевода оригинальных названий на русский язык. Полученные данные представлены в таблицах 1 и 2.

Таблица 1 Способы и приемы перевода англоязычных названий фильмов на русский язык

Название способов и	Количество фильмов		Количество фильмов в	
приемов перевода			процентном	
			соотношении, %	
	2001–2010	2011–2018	2001–2010	2011–2018
	гг.	гг.	ΓΓ.	гг.
1. Калькирование	54	25	45	21
2. Замена названия	41	71	34	59
3. Добавление	14	13	12	11
4. Опущение	6	4	5	3
5. Транслитерация	4	5	3	4
6. Транскрипция	1	2	1	2
Всего:	120	120	100	100

Таблица 2 Категории названий фильмов

Название категории	Количество фильмов		Количество фильмов в	
			процентном	
			соотношении, %	
	2001–2010	2011–2018	2001–2010	2011–2018
	гг.	гг.	гг.	ΓΓ.
1. Названия оригиналов				
и переводов, не отражаю-	52	31	43	25
щие содержание фильмов				
2. Названия фильмов на				
языке перевода, отражаю-	26	43	22	36
щие содержание филь-	20	43	22	30
МОВ				
3. Названия фильмов на				
языке оригинала и пере-	26	26	22	22
вода, отражающие содер-	20	20	22	22
жание фильмов				
4. Названия фильмов на				
языке оригинала, отра-	11	13	9	11
жающие содержание	11	13	9	11
фильмов				
5. Оригинальные				
названия фильмов, совпа-	5	7	4	6
дающие с переводом				
Всего:	120	120	100	100

В первой категории классификации находятся фильмы, оригинальные и русскоязычные названия которых не отражают содержания кинокартины. В данной категории заголовки фильмов на исходном языке были переданы

с помощью калькирования «*Bad Company*» 'Плохая компания' (2002), «*Big Eyes*» 'Большие глаза' (2014) или замены названия «*Falling Up*» 'Золотая дверь' (2008), «*Beirut*» 'Точка Невозврата' (2018). Отметим, что некоторые из представленных заголовков все же сообщают некоторую информацию о кинофильме. Однако этой информации недостаточно, и кинозритель остается в неведении о содержании фильма, вплоть до окончания просмотра фильма.

В отдельную категорию мы также выделили фильмы, русскоязычные названия которых отражают то, что происходит на киноэкране. Например, «Backwoods» 'Игра на выживание' (2007), «Camille» 'Медовый месяц Камиллы' (2007), «Blue Line» 'План ограбления' (2016), «Gringo» 'Опасный Бизнес' (2018). Большая часть оригинальных названий фильмов из этой группы были заменены на другие названия. Тем не менее, в отдельных случаях переводчики не отказывались от оригинального названия фильма и применяли прием добавления: «Click» 'Клик: с пультом по жизни' (2006), «Chef» 'Повар на колесах' (2014).

В следующей группе отобраны фильмы, в которых как оригинальные, так и русскоязычные названия отражают содержание кинокартины. При переводе указанных в данной группе названий был использован способ калькирования «The Accidental Husband» 'Случайный муж' (2008), «The Big Wedding» 'Большая свадьба' (2013); замена названия «The Rebound» 'Нянька по вызову' (2009), «Mother's Day» 'Несносные леди' (2016); добавление «The Open Road» 'Открытая дорога назад' (2009), «Escape» 'План побега 2' (2018) и опущение «Lone Survivor» 'Уцелевший' (2013), «American Assassin» 'Наемник' (2017). Благодаря таким названиям переводчики и создатели фильма сумели подготовить кинозрителей к тому, что они увидят на экране. У зрителей, таким образом, появляется возможность заранее сформировать мнение о фильме до его просмотра.

В классификации также присутствует категория, в которую попали фильмы, оригинальные названия которых в большей степени по сравнению с вариантами на языке перевода отражают содержание фильма. При переводе оригинального названия фильма прокатчики с помощью переводчиков стремятся сделать кинозаголовок максимально привлекательным для потенциального зрителя. Тем не менее, в данном случае кинодистрибьютеры в погоне за броским названием, забывают о сюжете фильма: «Conversations with Other Women» 'Порочные связи' (2005), «Walk of Shame» 'Блондинка в эфире' (2014), «Escape Room» 'Клаустрофобия' (2015).

В последней категории нами были отобраны фильмы, в которых оригинальные названия переданы на русский язык с помощью таких способов перевода как транскрипция «Hard Ball» 'Хардбол' (2001), «Birdman» 'Бёрдмен' (2014) и транслитерация «Gigantic» 'Гигантик' (2008), «Interstellar» 'Интерстеллар' (2014), «Deliruim» 'Делириум' (2018). Необходимо отметить, что у всех оригинальных названий, представленных в этой группе, существуют устоявшиеся варианты перевода. Однако переводчики предпочли оставить названия практически без изменений, передав англоязычные слова с помощью транслитерации. Вероятно, решение не переводить оригинальные

названия объясняется тем, что в настоящее время многих носителей русскоязычной культуры привлекает американский образ жизни, и использование слов на английском языке лишь подчеркивает наметившуюся тенденцию.

Подводя итог, отметим, что разработанная классификация не отражает всех особенностей кинозаголовков и их перевода на русский язык, но, тем не менее, определяет основные тенденции наименования фильмов и их переводов, что связано с привлечением большего количества зрителей к просмотру кинопродукции и передаче содержания фильма через заголовок.

На основании проведенного анализа способов и приемов перевода названий англоязычных фильмов на русский язык, можно прийти к выводу о том, что более половины современных переводчиков прибегают к полной замене оригинального кинозаголовка (59 %). В связи с этим, как правило, англоязычные и русскоязычные названия фильмов имеют разное смысловое наполнение. Одной из возможных причин этого является желание переводчиков дать фильму яркое и запоминающееся название, которое привлечет большое количество потенциальных зрителей. Исходя из этого, можно предположить, что в современное время перевод названий фильмов является ярко выраженным творческим процессом переводческой деятельности. Следовательно, дословный перевод оригинальных названий художественных фильмов сегодня уходит на второй план, а вместо этого у фильмов появляются новые броские заголовки.

Таким образом, результаты проведенного сравнительного анализа содержательного соотношения англоязычных и русскоязычных названий американских художественных фильмов позволяют сделать следующие в ы в о д ы.

- 1. На сегодняшний день названия американских фильмов содержат в себе больше информации о содержании фильма по сравнению с кинозаголовками прошлого десятилетия. Это подтверждает значительное уменьшение количества названий, не отражающих содержание фильмов (2001–2010 гг. 45 %, 2011–2018 гг. 25 %).
- 2. Увидев одно лишь название фильма, современный зритель может сформировать достаточно верное представление о том, что будет происходить на экране. Вместе с тем, следует подчеркнуть, что увеличилось количество русскоязычных названий американских художественных фильмов, отражающих содержание кинокартин (2001–2010 гг. 22 %, 2011–2018 гг. 36 %). Наличие данной тенденции говорит о том, что при передаче заголовка фильма на русский язык прокатчики и переводчики обращают внимание в первую очередь на сюжет кинофильма.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Комиссаров*, *В. Н.* Теория перевода (лингвистические аспекты). / В. Н. Комиссаров. – М.: Высш. шк., 1990. – 253 с.

- 2. *Бальжинимаева*, *Е. Ж.* Стратегии перевода названий фильмов / Е. Ж. Бальжинимаева // Сравнительное правоведение в странах России, Монголии, Японии и КНР: материалы междунар. студенч. науч. практ. конф. Улан-Удэ: Бурятский гос. ун-т, 2009. С. 32–45.
- 3. *Милевич*, *И*. Стратегии перевода названий фильмов / И. Милевич // Русский язык за рубежом. -2007. № 5. C. 65–71.

В. И. Грамович, В. В. Колесников (МГЛУ, Минск, Беларусь)

ИНТЕРТЕКСТУАЛЬНОСТЬ ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА И ЕЕ ПЕРЕДАЧА ПРИ ПЕРЕВОДЕ

(на материале французского и русского языков)

Традиционно отмечается, что в любом тексте вне зависимости от стилевой направленности можно обнаружить элементы, употребление которых наблюдалось в предыдущих текстах и видах дискурса. Данное явление свидетельствует о том, что все тексты в той или иной степени вплетены в канву друг друга, что является последствием контаминации предшествующих текстов. Подобное скрещивание двух и более текстов и принято называть *интермекстом*.

Стоит отметить, что феномен интертекстуальности является слагаемым довольно широкого родового понятия, поскольку смысл произведения того или иного жанра зачастую формулируется посредством отсылок на другие тексты, что наталкивает на работы других авторов со смежным ходом мыслей, чьи произведения могут представлять иной вид дискурса или культуры. С учетом данного подхода можно отметить параллельное «наслаивание» культуры на текст.

С лингвистической точки зрения под *интертекстуальностью* традиционно принято понимать наличие в тексте отдельных слов, устойчивых словосочетаний, выражений или цельных фраз, сосуществование которых на одном уровне с эксплицитной информацией вызывает определенные ассоциации в языковом сознании носителей конкретной культуры.

Несомненно, явление интертекстуальности является одной из наиболее актуальных лингвистических проблем, поскольку оно связано с взаимодействием дискурсов и культур, нежели просто текстов [1, с. 56–58]. Вместе с тем, наличие «осколков» других текстов, их понимание со стороны носителя другой культуры и адекватный с точки зрения сохранения коммуникативной интенции перевод порой вызывает трудности, а зачастую и вовсе остается «за кадром» переводческой компетенции.

Таким образом, необходимость в правильной передаче элементов, содержащих скрытую и невыраженную информацию, равно как и ее адаптация для иного языкового сознания, послужила причиной проведения данного исследования.

Объектом исследования в данном случае выступили такие периодические издания на французском языке, как 24 Heures, Le Monde, 20 Minutes, Le Figaro и Libération. Каждое периодическое издание содержит тематические разделы, в числе которых присутствует экономика, политика, наука, искусство, здравоохранение и культура, что позволило проследить взаимозависимость между наличием интертекстуальных элементов и конкретной разновидностью дискурса.

Работа над исследованием сочетала применение количественного и качественного анализа. Количественный анализ подразумевает изучение содержания одинакового количества статей на французском языке с целью выявления интертекстуальных элементов и их соотношения в рамках каждого тематического подраздела. Далее выявленные случаи изучаются в рамках качественного анализа с точки зрения наиболее подходящего варианта перевода.

Анализ интертекстуальных элементов, употребление которых зачастую обусловлено культурой конкретного языкового сообщества, во многом предопределил необходимость использования прагматического подхода. Таким образом, адекватность и полнота перевода таких интертекстуальных элементов в данном случае неразрывно связана с прагматической адаптацией текста перевода для носителя другой культуры [2, с. 152–157].

В ходе исследования был также применен восходящий подход, согласно которому языковой феномен сначала изучается в рамках определенной культуры и общества, а затем изучается в культуре языка-перевода с целью дополнения и совершенствования относящихся к нему теорий.

Стоит отметить, что присутствие элементов интертекстуальной информации в структуре публицистических текстов в первую очередь объясняется коммуникативной интенцией высказывания в целом: оказание эмоционального воздействия на реципиента. Использование аллюзий, реминисценций и цитат на известные произведения или исторические события, формирующие часть мировой семиосферы, позволяет преподносить рядовые события из политической, экономической и других сфер общественной жизни в общной плоскости с носителями языка, а также проводить параллели с универсальными языковыми кодами, закрепленными в рамках конкретного языкового сознания, что облегчает осуществление прагматической функции высказывания.

Среди других функций интертекста в публицистике можно также отметить функцию активизации внимания и восприятия аудитории, в рамках которой имплицитная информация инициирует обращение адресата к своим интеллектуальным ресурсам, а также функцию декодирования текста, то есть придания ему выразительности, свойственной произведениям художественной литературы [3, с. 65–68].

С учетом особенной функционирования интертекстуальных элементов в публицистических текстах, наличие которых представляет собой наслаивание различных видов дискурса разных временных отрезков, основными критериями выделения имплицитных элементов стали лексикографический

и этимологический критерии. Последний подразумевает изучение имплицитной информации на предмет ее фактической принадлежности к историческому интертексту.

Таким образом, анализ материалов предомонстрировал, что основную долю выявленных случаев имплицитной информации составляют две группы интертекстуальных элементов:

- интертекстуальные элементы, являющиеся составной частью мировой семиосферы, то есть общеизвестные культурные понятия, присутствие которых вызывает схожие ассоциации вне зависимости от языка перевода.
- интертекстуальные элементы, употребление которые характерно для представителей определенной лингвокультуры [4, с. 298].

Наряду с этим, количественный анализ имплицитных элементов позволил проследить многообразие рассматриваемого вопроса в зависимости от конкретной разновидности дискурса. Диаграмма 1 демонстрирует соотношение элементов имплицитной информации в зависимости от тематических подразделов французской публицистики:



Диаграмма 1 – Соотношение интертекстуальных элементов

Как свидетельствуют данные диаграммы, основная доля интертекстуальных элементов присутствует в текстах политического, религиозного и экономического характера. При этом имплицитные элементы, отражающие духовную жизнь французского общества, одновременно выступают в роли библеизмов. Библеизмы зачастую находят отражение и в политических текстах, при этом предпочтение отдается модифицированным цитатам:

«Vade retro Macronas!» En brandissant les morceaux de la vraie croix laïque, la gauche quasi unanime se lève pour mettre à l'index le frère Emmanuel.

'«Иди наопять, брате Макроне!» Потрясая обломками истинного животворящего креста светскости, левые без малого все как один восстают дабы осудить заблудшего брата Эмманюэля.'

В данном случае наблюдаются явные параллели с ролью церкви на протяжении всей истории становления Французской республики. Интертекстуальным элементом здесь выступает модифицированная цитата из католической молитвы «Vade retro, Satana» («Изыди, Сатана»). Ввиду универсальности и общеизвестности библейских текстов наиболее уместным считается использование дословного перевода, хоть и с некоторым оттенком эвфемизации.

Политическая тематика французских СМИ также богата интертекстуальными вкраплениями из массовой культуры:

Macron, Luke Skywalker des progressistes européens, Han Solo du combat contre le côté obscur – et populiste – de l'Union?

'Макрон, Люк Скайуокер из числа европейских прогрессивистов, Хан Соло в деле борьбы с темной стороной и популист для Европейского союза?'

Коммуникативная интенция здесь проявляется на уровне использования универсальных элементов мировой семиосферы и тем самым облегчает разграничение ролей в политической жизни французского общества для реципиента информации.

Помимо дословного перевода реалий конкретного языкового сообщества, необходимость соблюдения принципа репрезентативности и сохранения коммуникативной интенции предполагает использование приемов замены и компенсации для восприятия текста перевода широкой аудиторией. Таким образом, в рамках исследования отдавалось предпочтение следующим в и - д а м п е р е в о д а:

- перевод интертекстуального элемента традиционным способом;
- замена интертекстуального элемента на эквивалентное соответствие в языке перевода;
 - использование компенсации или комплексного преобразования.

Последующий анализ имплицитных элементов позволил выявить тенденцию, заключающуюся в невозможности дословной передачи некоторых частей интертекста, что обуславливает использование комплексной замены одного высказывания на другое, обладающего тем же коммуникативным эффектом.

Таким образом, замена имплицитной информации, свойственной конкретному языковому сообществу, на аналогичную для реципиента в рамках языка перевода позволяет в полной мере сохранить перлокутивный эффект высказывания, а также отразить позицию автора и эстетическую составляющую оригинальных элементов.

Необходимость воссоздания смыслопорождающих элементов интертекста в языке перевода также обусловливает применение тактики смыслового развертывания:

Le Royaume-Désuni cherche la sortie. Le lion britannique s'est changé en âne de Buridan.

'Разъединенное королевство ищет выход. А британский лев превратился в Буриданова осла, что мечется между двумя стогами сена.'

Так, применение тактики смыслового развертывания позволяет указать непосредственно на функцию присутствующей в политическом тексте аллюзии на парадокс за авторством французского философа Ж. Буридана.

Стоит отметить, что распространенный прием опущения имплицитной информации, ее дальнейшего развертывания или восполнения в последующих частях текста становится невозможным по причине того, что подавляющее большинство выявленных случаев интертекстуальных вкраплений содержатся непосредственно в заголовках статей. Использование такого способа привело бы к смысловым потерям и смещению коммуникативной интенции высказывания, а также к нарушению замысла автора.

Исходя из этого, в результате анализа интертекстуальных элементов во французской публицистике были выделены различные способы их перевода: поиск традиционных или эквивалентных соответствий для имплицитных вкраплений; целостная замена на высказывание с аналогичным перлокутивным эффектом, свойственное носителям языка перевода; использование переводческого комментария или объяснения. Стоит отметить, что заложенный в метасемантический уровень публицистического текста прагматический аспект сохраняется в полной мере даже после замены интертекста на аналогичный для русскоязычной аудитории. Объясняется это тем, что интертекст на французском языке зачастую содержит культурные маркеры, вызывающие схожие ассоциации вне зависимости от того, на каком языке они написаны.

В результате анализа выявленных случаев интертекстуальной информации в языке французских СМИ и их рассмотрения в контексте наиболее оправданных со стилистической и прагматической точки зрения стратегий перевода позволил подобрать наиболее точные варианты адаптации подобных элементов на русский язык. Таким образом, наличие определенных фоновых знаний в зависимости от конкретной разновидности дискурса, умение выявить общий ассоциативный ряд в рамках структурно-семантического компонента высказывания, содержащего элементы интертекста, а также соблюдение принципа прагматической адаптации текста перевода является неотъемлемой частью надлежащей переводческой компетенции.

ЛИТЕРАТУРА

- 1. Бондарко Н. А. Немецкая филология в Санкт-Петербургском государственном университете. Выпуск VI. Константность и вариативность в немецком языке / Н. А. Бондарко, Л. Ф. Бирр-Цуркан, Г. А. Баева. Санкт Петербург: Санкт-Петербургский государственный ун-т, 2017. 223 с.
- 2. *Кузьмина*, *Н. А.* Интертекстуальность современных СМИ / Н. А. Кузьмина / Стилистика сегодня и завтра: медиатекст в прагматическом, риторическом и лингвокульторологическом аспектах: доклады Междунар. науч. конф. М. : Факультет журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова, 2010. с. 152–157.

- 3. *Смирнова*, *Е. А.* Формы интертекстуальности в публицистике Ф. Д. Крюкова / Филологические науки в России и за рубежом: материалы IV Междунар. науч. конф. (г. Санкт-Петербург, декабрь 2016 г.). СПб. : Свое издательство, 2016. с. 65-68.
- 4. Денисова, Γ . В. В мире интертекста: язык, память, перевод. М.: Азбуковник, 2003.-298 с.

Н. П. Грицкевич, И. Ю. Войтеховский (МГЛУ, Минск, Беларусь)

СПЕЦИФИКА КОНЦЕПТА «ГОРОД» В АНГЛОЯЗЫЧНОЙ ХУДОЖЕСТВЕННОЙ ЛИТЕРАТУРЕ XIX–XX ВЕКОВ

На основе анализа этимологических, толковых, ассоциативных и энциклопедических словарей, а также словарей синонимов мы определили, как отличается восприятие понятия zopod в русскоязычной и англоязычной картинах мира.

Многочисленные определения города раскрывают его аспекты. Для анализа понятия *город* необходимо выявить денотативно-сигнификативный центр понятия – ядро (лексемы, представляющие ядро национального сознания) и периферию (ближняя, дальняя и крайняя периферия – индивидуальное сознание). Проанализируем понятие *city/town* в английском языке и *город* в русском языке.

«The Oxford Living Dictionary of English» [1] дает следующие определения понятия слова *city*:

- 1. A large town;
 - 1.1 A town created a city by charter and usually containing a cathedral;
- 1.2 (North American) A municipal centre incorporated by the state or province;
 - 1.3 (Informal) A place or situation characterized by a specified attribute;
 - 2. The financial and commercial institutions located in the City of London.

По информации «The Oxford Dictionary of English Etymology» [2] слово *сіtу* образовалось от слова *civil*, которое было заимствовано из французского языка. Корнями оно уходит в латынь, звучит как *civil*, и имеет значение 'belonging to citizens' (имеющий отношение к гражданам). Латинское слово *civil* схоже с англосаксонским *hiwan*, что означает 'семья'. Так слово *city* образовалось от старого французского слова *cite* ('town', 'city') и в средневековой Англии означало 'город с защитными стенами, столица или город, в котором есть собор'. Однако в этом и отличие английского слова от русского — связь между городом и наличием в нем собора появилась во времена правления нормандских королей, когда епископские престолы (которые располагались в деревнях) были перенесены в главный район епархии.

Согласно «The Oxford Dictionary of English Etymology» [Там же] В английском языке слово town, в свою очередь, происходит от староанглийского tun, что означало 'сад, поле, двор', позже — 'группа домов, деревня, ферма' от прагерманского tunaz — 'защищенное, укрепленное место'.

В значении 'населенное место, большее, чем деревня' (середина XII в.) слово *town* стало использоваться для соответствия французскому *ville* после завоевания Англии норманнами. Современное слово "town" в большей степени является общим термином, обозначающим большой город и место, среднее по размеру между *city* и *village*.

В словаре «The Oxford Living Dictionary of English» [1] даются следующие определения слова *town*:

- 1. A built-up area with a name, defined boundaries, and local government, that is larger than a village and generally smaller than a city;
 - a. The particular town under consideration, especially one's own town;
 - b. The chief city or town of a region;
 - c. The permanent residents of a university town;
 - 2. The central part of a neighborhood, with its business or shopping area;
- 3. Densely populated areas, especially as contrasted with the country or suburbs.

К словам, образованным от *town*, относится *downtown*. В 1835 г. слово использовалось как наречие, образованное от предложной группы *into the town*. Первоначально понятие являлось буквальным и означало 'пригород, районы, построенные на возвышенностях вокруг города'.

Данные словарей синонимов и антонимов английского языка позволили установить, что лексема zopod представлена в английском языке синонимами city, как 'a large town, capital, center, downtown, midtown, metropolis, metropolitan area, municipality, place, port, market place, а также синонимами "town": city, metropolis, municipality, borough, township' [3]. Антонимов данные лексемы не имеют.

Далее проанализируем понятия город и деревня в русском языке.

По информации «Этимологического словаря русского языка» [4], слово широко известно в древнерусском языке с XI в. Город — полногласное образование от старославянского градъ. Первоначально слово «город» означало 'забор, ограда, огороженное место' (здесь наблюдается родство со словом «огород»). В итоге городами стали называться крупные поселения с домами, огороженные крепостной стеной.

«Толковый словарь» С. И. Ожегова дает следующие определения слова город [5]:

- 1. Крупный населенный пункт, административный, торговый, промышленный и культурный центр.
- 2. Центральная главная часть этого населенного пункта в отличие от окраин и пригородов (разг.).
 - 3. В старину на Руси: огражденное стеной, валом поселение; крепость.
 - 4. Городская местность в отличие от сельской, деревенской.
 - 5. В игре в городки: площадка, на которой ставятся фигуры из городков.
- Т. Ф. Ефремова в своем «Новом словаре русского языка» [6] во многом согласна со своим коллегой:

- 1. Крупный населенный пункт, являющийся административным, промышленным, торговым и культурным центром района, области, округа и т.п.
- а. разг. Центральная часть такого населенного пункта (в отличие от удаленных его окраин).
 - 2. перен. разг. Жители такого населенного пункта.
 - а. устар. Привилегированные слои такого населенного пункта.
- 3. *устар*. Древнее поселение, огороженное, укрепленное стеной для защиты от неприятеля, как центр ремесла и торговли.
 - а. Центральная часть такого поселения; кремль, крепость.
 - b. Место, очерченное на земле и имеющее различное назначение.
- с. Квадрат, из которого выбивают городки (в некоторых подвижных играх: в лапте, городках и т.п.).

В этимологических словарях Г. А. Крылова и А. В. Семёнова утверждается, что *деревня* (древнерусское – *дървъня* (пашня)) – русское по происхождению слово. Корень этого существительного тот же, что и в слове дерево, которое, по словам этимологов, восходит к глаголу драть, деру, что и дало первоначальное значение деревни – 'очищенное от леса место' [4; 7].

В «Толковом словаре» С. И. Ожегова имеются следующие определения слова *деревня* [5]:

- 1. Крестьянское селение;
- 2. То же, что село;
- 3. Сельское население. Материальные запросы деревни.

*На деревню дедушке (разг.) – по заведомо неполному, неточному адресу [по рассказу А. П. Чехова «Ванька Жуков»].

В «Новом словаре русского языка» Т. Ефремовой [6] указывается, что деревня – это:

- 1. Сельское обычно небольшое поселение;
 - а. Разг. Жители такого поселения;
- 2. Сельская, в отличие от города, местность;
 - а. Разг. Население такой местности; крестьянство;
- 3. Помещичье крепостное имение с усадьбой (в Российском государстве до 1917 г.);
 - 4. Разг. Простоватый человек.

При анализе понятия *город* в русском и английском языках мы придерживались научного подхода, который рассматривает понятие как первичный смысл или протосмысл вещей и явлений, встречаемых в жизни человека. На основе этого мы выявили ядро понятия в обоих языках, путем рассмотрения лексем *city*, *town*, *downtown* в английском языке и *город* и *деревня* в русском.

Исследование, проведенное на основе анализа этимологических, толковых, ассоциативных, энциклопедических словарей и словарей синонимов, позволяет сделать вывод, что денотативно-сигнификативный центр понятий *town* и *city* включает в себя несколько компонентов: это 'город как населенный пункт', 'как деловой центр', 'как общность людей, проживающих в этом месте, и как

определенная описываемая ситуация'. В свою очередь, город в русском языке — это и крупнонаселенный пункт, и жители такого пункта, и стены, которые окружают поселение, это культурный центр и даже квадрат, из которого выбивают городки (в некоторых подвижных играх). Именно это и есть понятие город в русском языке. Он включает в себя также несколько основных компонентов, как и в английском языке: это 'город как населенный пункт', 'деловой и административный центр' и 'общность людей, проживающих в этом месте'.

На основе выполненного исследования можно утверждать, что данные понятия схожи в английском и русском языках: например, у обоих понятий одинаковое происхождение, потому как древние славяне старались разными способами оградить свои поселения, защитить от врагов, диких животных и т.д. В итоге городами стали называться крупные поселения с домами, огороженные крепостной стеной.

Отметим, что в английском языке слово имеет больше оттенков значения из-за разделения на city и town, что отсылает к историческому прошлому Англии (дифференциация началась в XIV в.). В английском языке существует вектор a village - a town - a city, как и в русском - deperhshorder - copod, основанный на принципе увеличения урбанизации и противопоставление деревни городу.

Результаты исследования показали, что в русском языке слово *город* используется для обозначения любого города: и крупного, и мелкого (хотя, говоря о городе небольшого масштаба, нередко можно услышать и *городок*, т.е. с уменьшительно-ласкательным суффиксом), в то время как в английском существуют два слова для обозначения одного понятия. Слово *city* используется, когда мы говорим о крупных городах, а слово *town*, соответственно, когда речь идет о мелких. Подобные различия обусловлены историческими процессами и культурными особенностями данных языков.

Описание этих понятий в англоязычной художественной литературе. первой половины XX в. (Дж. Джойс, В. Вулф, Т. С. Элиот и др.) свидетельствует об особом видении города авторами-модернистами. Город для них — это ключевой и сильный мотив модернистской литературы, место, полное богатой и щедрой магии жизни. В своих романах они отражают различные человеческие чувства, порождаемые городом, — от шока и смятения до приятного возбуждения и анонимности. В то же время, с этими чувствами контрастирует идея о непрозрачности современной и двойственности городской жизни, отчего герои произведений чувствуют тревогу, неоднозначность и сомнения.

Двуличность города проявляется в произведении ирландского писателя Дж. Джойса «Дублинцы», где автор представляет Дублин как место «скрупулезной подлости», но позже раскрывает его с растущей любовью как место творческих и эмоциональных возможностей [8]. В другом произведении автора «Улисс» [9] — прослеживается небывало тесная и подробная связь романа с местом его действия, Дублином, который предстает в романе

символом всего мира. Джойс работал в то время со справочником «Весь Дублин на 1904 год» и перенес на свои страницы едва ли не все его содержание. Все, что происходит в романе, снабжается детальнейшим указанием места действия, не только улицы, но и всей, как выражался Джойс, «уличной фурнитуры» — всех расположенных тут домов с их жителями, лавок с их хозяевами, трактиров, общественных зданий... «Если город исчезнет с лица земли, его можно будет восстановить по моей книге», — сказал он однажды.

В. Вулф, британская писательница, ведущая фигура модернистской литературы первой половины XX в., подчеркивала, что город для жителей – это огражденное приличиями и опасностями место. Писательница прославляет тогда еще новую и необычную идею «странствия»: романтическое представление города как путешествие по морю, контрастирующее с отчуждением и тревогой, испытываемыми в современном городском пространстве [10]. С одной стороны, космополитичный характер большого города — шумного и многонаселенного пространства, создает условия для самореализации личности горожанина; с другой стороны, в этом пространстве каждый персонаж одинок, что приводит к растворению и нивелированию признаков личности. В конце концов, В. Вулф, сплетает воедино чувство отчужденности и чувство удивления и показывает, что ее персонажи наслаждаются возможностями, которые дает анонимность в городе.

В своих произведениях авторы-модернисты обращаются к идее города как угрозы — это текучее и будто бы живое существо, разрастающееся все больше, поглощающее сельское прошлое и олицетворяяющее грозящееся будущее.

Проведенное исследование позволило сделать вывод о том, что понятие город в общем виде в модернистской англоязычной художественной литературе представлено несколькими лексическими группами.

Первая группа — это место, некоторым образом организованное пространство: здания (жилые дома, магазины, складские помещения, собор и т.п.), улицы, площади, памятники и пр. Именно так функционирует понятие город в нашем повседневном сознании. Элементы пространства создают его внешний облик, лицо, поэтому именно архитектура и достопримечательности являются основными отличительными признаками города, определяющими его место в системе ценностей человечества.

Вторая группа — проживающие в нем люди. Это персонифицированный город: Лондон — это лондонцы, Дублин — это дублинцы, имеющие определенные манеры, характер, менталитет, походку и т.д.; их не спутаешь с жителями какого-либо иного города. Горожане, с одной стороны, создают настроение и культуру города, с другой — являются заложниками города с его культурой, традициями, историей. Этот двоякий статус определяет рассмотрение горожан то в качестве агенсов (субъектов действия), то в качестве пациенсов (объектов действия).

Третью группу образуют культурные особенности города — его традиции, история и менталитет. Именно этот пласт значения особенно интересен, поэтому он находит отражение в художественной литературе.

ЛИТЕРАТУРА

- 1. The Oxford Living Dictionary of English [Electronic resource]. Mode of access: http://en.oxforddictionaries.com/. Date of access: 10.04.2019.
- 2. The Oxford Dictionary of English Etymology [Electronic resource]. Mode of access: http://www.oxfordreference.com/. Date of access: 10.04.2019.
- 3. Thesaurus [Electronic resource]. Mode of access: http://www.thesaurus.com/. Date of access: 22.04.18.
- 4. Семёнов, А. В. Этимологический словарь русского языка. Русский язык. От А до Я / А. В. Семёнов. М.: ЮНВЕС, 2003. 704 с.
- 5. Ожегов, С. И. Толковый словарь русского языка [Электронный ресурс] / С. И. Ожегов. Режим доступа: http://www.departments.bucknell.edu/russian/language/ozhegov.html. Дата доступа: 12.12.2018.
- 6. *Ефремова*, *Т. В.* Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный. / Т. В. Ефремова. М.: Русский язык, 2000. 1222 с.
- 7. *Крылов, Г. А.* Этимологический словарь русского языка. / Г. А. Крылов. СПб. : Полиграфуслуги, 2005. Виктория плюс, 2008. 432 с.
- 8. *Joyce*, *J.* Dubliners, ed. by Jeri Johnson / J. Joyce. Oxford : Oxford Worlds Classics, 2000. 352 p.
- 9. *Joyce*, *J*. Ulysses / J. Joyce. The Project Gutenberg EBook of Ulysses, by James Joyce. 2008 [Electronic resource]. Mode of access: https://www.gutenberg.org/files/4300/4300-h/4300-h.htm Date of access: 12.04.2019.
- 10. *Woolf, V.* Street Haunting in The Death of the Moth and Other Essays / V. Woolf. London: Harcourt Brace and Co. 1970 [Electronic resource]. Mode of access: http://gutenberg.net.au/ebooks12/1203811h.html Date of access: 14.04.2019.

Н. П. Грицкевич, Д. А. Зотова (МГЛУ, Минск, Беларусь)

СПОСОБЫ ПЕРЕДАЧИ ИСТОРИЧЕСКИХ РЕАЛИЙ В ПЕРЕВОДЕ РОМАНА Ф. ГРЕГОРИ «THE OTHER QUEEN» НА РУССКИЙ ЯЗЫК

Реалии играют значимую роль в каждой культуре, им отводится особое место в языке. Речь идет о взаимном влиянии, которое язык и культура оказывают друг на друга. Каждой культуре присущи свои исторические, географические, социальные, политические, экономические особенности, которые делают ее непохожей на другие, все они находят отражение в языке

Понятию *реалия* соответствует множество определений, которые на основе своих исследований предложили представители таких наук, как лингвистика и переводоведение. Существует два основных подхода к его

определению: страноведческий и переводческий. Согласно первому подходу, реалии — это особенности той или иной культуры, отраженные в ее языке. Реалии представляют собой лексические единицы, называющие уникальные предметы и явления, характерные для жизни, быта, культуры, социального и исторического развития одного народа и чуждые другому народу; таким образом, они являются вербальным выражением специфических черт национальных культур. Представители переводческого подхода говорят о том, что реалиями называются непосредственно слова, которые обозначают национально-культурные особенности и требуют особого подхода при переводе.

В нашем исследовании мы руководствовались переводческим подходом, согласно которому реалии не имеют точных соответствий в другом языке. Сравнивая разные языки, отметим, что некоторые их элементы не совпадают и что не ко всем словам одного языка можно подобрать соответствующие эквиваленты в другом языке. Был проанализирован роман «The Other Queen» [1] и его перевод «Другая Королева» [2] на русский язык. Этот исторический роман выбран не случайно. Его автором является современная британская писательница Ф. Грегори, произведения которой завоевали мировую известность, некоторые из них были экранизированы. В своих романах Ф. Грегори воссоздает историческую действительность с помощью ярких образов, подробных описаний и интересных деталей. Ее главным инструментом передачи исторической достоверности являются реалии, позволяющие читателю совершить увлекательнейшее путешествие во времени. В одном из интервью Филиппа Грегори сказала о том, что «когда речь идет об исторической прозе, важно отключать собственные чувства и пристрастия. Важно научиться воспринимать исторические реалии объективно. Нужно писать, вживаясь в эпоху» [3]. В романе «The Other Queen» описываются события, происходящие в Англии и Шотландии, связанные с эпохой правления английской королевы Елизаветы Тюдор в XVI веке.

Проблема, с которой сталкиваются при переводе текста, содержащего большое количество исторических реалий, заключается в выборе их подходящей классификации. Это необходимо для точной передачи реалии, кроме того это помогает оценить значимость той или иной реалии в культурном пространстве, в котором она зародилась, и выбрать адекватный способ ее перевода. Переводчик вправе обращаться к той или иной классификации в зависимости от текста, с которым ему предстоит работать. В некоторых случаях представляется уместным и целесообразным предложить свою классификацию.

Проанализировав исторический роман «The Other Queen», мы разработали следующую классификацию реалий, которая основана на предметно-языковом принципе.

Первая группа включает в себя географические реалии, она довольно обширная, что объясняется тем, что действие в историческом романе происходит одновременно сразу в нескольких местах. География описываемых

событий расширяется также за счет большого количества действующих лиц и центральных персонажей. Например, в тексте встречаем *Chatsworth House* – 'Чатсуорт-хауз', *Hampton Court* – 'Хэмптон Корт', *Bolton Castle* – 'Болтон Касл', *Fotheringhay Castle* – 'замок Фотерингей'.

Вторая группа включает **реалии, обозначающие должности и титулы**: earl – 'граф', lady-in-waiting – 'фрейлина', courtier – 'придворный', page – 'паж'.

Третья группа — **реалии**, **которые обозначают денежные единицы**: *shilling* — 'шиллинг', *pence* — 'пенс', *mark* — 'марка'.

В отдельную группу — четвертую — мы выделили **реалии**, **которые связаны с административно-территориальным устройством**: *county* — 'графство', *shire* — 'графство'.

Пятую группу составляют **военные реалии**, например, *guards* – 'войска, охраняющие королевский двор', *Black Watch* – Ълэк Уотч' – 'пехотный батальон Королевского полка Шотландии', *The Royal Highland Regiment* – 'Королевский полк Шотландии', *cuirass* – 'кираса'.

Шестая группа включает в себя **реалии, обозначающие жилище и иму- щество**: court — 'королевский двор', estate — 'поместье, владение', yard — 'двор'.

В седьмую группу мы отнесли **этнографические реалии**, принадлежащие быту и культуре народа: *a Salome dancing on one's terrace* — 'танец Саломеи, танец семи вуалей', *Tudor temper* — 'характер Тюдоров', *jerkin* — 'джеркин'.

Реалии, которые были описаны Ф. Грегори, используются в этом историческом романе для создания образности и передачи тонкостей устройства Англии и Шотландии того периода. Они выполняют четыре основные функции: функцию маркеров, функцию воссоздания национального колорита, символьную функцию и функцию эстетизации бытовой детали.

Перевод реалий представляет определенные сложности из-за того, что, задача заключается не только в выборе верной трансформации и адекватной передачи значения реалии на язык реципиента, переводчик также ответственен за верное понимание и восприятие информации, которую содержит в себе та или иная реалия исходного языка. Переводческие трансформации являются «разнообразными межъязыковыми преобразованиями, которые осуществляются для достижения переводческой эквивалентности («адекватности перевода») вопреки расхождениям в формальных и семантических системах двух языков» [4, с. 190].

Отметим, что роман «The Other Queen» не «перегружен» реалиями. Ф. Грегори вводит в текст достаточное количество исторических реалий, однако рядом с ними, как правило, стоят либо описывающие их прилагательные, помогающие восприятию того или иного слова или понятия, либо существительные, помогающие выстроить ассоциативный ряд.

Анализ показал, что для передачи исторических реалий с английского на русский язык переводчик Е. Б. Ракитина выбрала следующие способы их перевода: транскрипцию, транслитерацию, калькирование, описательный перевод и перевод с помощью функционального аналога.

Большое количество исторических реалий романа было переведено с помощью **транскрипции**, или передача звуковой оболочки слова, среди них: *Chatsworth House* — 'Чатсуорт-хауз', *Hampton Court* — 'Хэмптон Корт', *Fotheringhay Castle* — 'замок Фотерингей', *inn* — 'инн', *gentleman* — 'джентельмен', *speaker* — 'спикер', *cuirass* — 'кираса'.

Большинство реалий, при переводе которых переводчик использовала транскрипцию, — географические. Причина заключается в том, что при их переводе передача звуковой оболочки слова помогает русскоязычным читателям легче воспринять английские названия той или иной местности.

С помощью **транслитерации** в тексте были переведены такие реалии, как: *jerkin* – 'джеркин', *pence* – 'пенс', *shilling* – 'шиллинг', *yard* – 'ярд', *mark* – 'марка', *page* – 'паж'.

Подчеркнем, что транслитерация применяется переводчиком в том случае, когда необходимо соблюдать лексическую краткость обозначения. Также при ее использовании переводчик избегает неверной интерпретации понятия реципиентом. Однако стоит обращать внимание на фоновые знания читателя: при транслитерации содержание понятия не раскрывается полностью. Поэтому в тексте перевода романа не встретились сложные понятия, переведенные этим способом.

В тексте нам встретились следующие слова и словосочетания, смысл которых переводчик передал при помощи калькирования: Tudor temper — 'характер Тюдоров', a Salome dancing on one's terrace — 'Саломея танцует на террасе', courtier — 'придворный', ceruse — 'свинцовые белила', wedding gown — 'свадебный наряд', perfumes — 'парфюмы', earl — 'граф'. Переводчики обычно прибегают к такому способу перевода в том случае, когда смысл понятия заключается непосредственно в комбинаторном составе слова, когда его адекватный перевод подразумевает передачу этого комбинаторного состава.

С помощью **описательного перевода** были переданы следующие реалии: *ermine* — 'мантия из горностая, служащая символом достоинства пэров'; *guards* — 'войска, охраняющие королевский двор'; *organza* — 'жесткая ткань', *sally port* — 'проход, используемый войсками для совершения вылазки или внезапного перехода в наступление', *The Royal Highland Regiment* — 'Королевский полк Шотландии', *Black Watch* — 'пехотный батальон Королевского полка Шотландии'. К описательному способу перевода прибегают в случае, когда предмет, понятие или явление, описываемые с помощью реалии, отсутствуют в языке реципиента, либо могут быть им неверно истолкованы.

В нескольких случаях был использован функциональный аналог, например: lady-in-waiting — 'фрейлина', to have the ear of the Queen of England — 'заполучить расположение английской королевы', to be in earshot — 'находиться в зоне слышимости', golden cloth — 'роскошная ткань', church poorhouse — 'церквушка'.

Проблемы, возникающие при переводе с одного язык на другой, по сей день не теряют своей актуальности и остроты для практики и теории перевода.

Первой, и, пожалуй, наиболее трудноразрешимой проблемой при переводе реалии является отсутствие лексического эквивалента в языке реципиента. Это связано с тем, что названия некоторых предметов, понятий, явлений, которые нашли свое отражение в одном языке, отсутствуют в другом. Однако А. В. Федоров в своих работах отмечает, что «нет такого слова, которое не могло бы быть переведено на другой язык хотя бы описательно, т.е. распространенным сочетанием слов данного языка» [5, с. 18]. Для этого переводчику предстоит проанализировать реалию, выявить ее роль и значимость в исходном языке, а затем выбрать наиболее подходящий способ перевода. Например, в романе «The Other Queen» мы встречаем реалию ermine. Подобрать эквивалент данному понятию в русском языке представляется невозможным, т.к. ermine — это 'мантия из горностая, символ достоинства пэров Англии, символ неподкупности судей'. Если ее передать с помощью словосочетания 'мантия из горностая', то смысл будет понятен только тем, кто уже сталкивался с ним прежде, либо хорошо знаком с историей Англии и смогли понять замысел автора с помощью контекста. Переводчик использовал описательный перевод: 'мантия из горностая, служащая символом достоинства пэров', передав не только национальный колорит реалии, но и смысл ее включения автором в тексте произведения.

Вторая проблема, которая стоит перед переводчиком, заключается в создании аналогичного произведения, такого как текст оригинала, способного оказывать на читателя то же художественно-эстетическое воздействие. Это обусловлено тем, что перевод считается одной из форм существования литературного произведения благодаря тому, что для каждого читателя он является оригиналом. К примеру, автор вводит в текст реалию ceruse. Переводчик решает прибегнуть к калькированию и перевести ее следующим образом: 'свинцовые белила'. Стоит отметить, в разные времена и в различных странах для свинцовых карбонатных белил существовали свои названия: Церусса, Шифервейс, Гамбургские, Английские, Клагенфуртские и др. Однако переводчик не прибегает к описательному переводу и не использует название «Английские белила». Это объясняется тем, что читатель может не знать о существовании таких белил в Англии в XVI веке в силу своей принадлежности другой лингвокультурной общности. Словосочетание свинцовые белила несет в себе больше информации для реципиента нежели его аналог.

Наконец, еще одной сложностью, с которой неизбежно сталкиваются переводчики, является то, что, в своем большинстве, реалии привычны для языка оригинала, они ничем не отличаются от других слов и никак не поясняются автором. В тексте нам встретилось слово *partlet*, которое переводчик передала с помощью транскрипции 'партлет'. Внизу страницы была дана сноска: 'безрукавное одеяние из шелка или льна, надетое на шею и

плечи для заполнения нижнего выреза женского платья'. Таким образом, переводчику удалось не только сохранить национальный колорит описываемого понятия, но и объяснить его значение в данном контексте.

ЛИТЕРАТУРА

- 1. *Gregori*, F. The Other Queen / F. Gregori. London : Harper Collins, 2008. 448 c.
- 2. *Грегори*, Ф. Другая Королева / Ф. Грегори [Электронный ресурс]. 2016. Режим доступа : http://allbookslib.com/book/drugaya-koroleva-8db-01e/text/. Дата доступа : 10.04.18.
- 3. *Корж,* Д. Как писать исторические романы: уроки Филиппы Грегори / Д. Корж [Электронный ресурс]. 2018. Режим доступа: https://mi-pishem.li-vejournal.com/659506.html. Дата доступа: 10.04.18.
- 4. *Бархударов*, Л. С. Язык и перевод (вопросы общей и частной теории перевода). / Л. С. Бархударов. М. : Международные отношения, 1975. 190 с.
- 5. Φ едоров, A. B. Основы общей теории перевода. / A. B. Φ едоров. M. : Высшая школа, 1983. 303 с.

Е. О. Федутик (МГЛУ, Минск, Беларусь)

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ХУДОЖЕСТВЕННОЙ ПРОЗЫ ПИСАТЕЛЯ-ЭМИГРАНТА

(на примере романа М. Хиндуса «Красный хлеб»)

Стремление к перемене мест является одной из основных характерных особенностей человека. В связи с усилением национально-культурных движений и повышенным вниманием к мультикультурному опыту, современная читательская аудитория приобрела особый интерес к интернациональной прозе и, как следствие, в последние десятилетия гуманитаристические произведения эмигрантов вышли на новый уровень. Поэтому международной миграции с ее сложным взаимодействием социальных, экономических и политических факторов и их последствиями уделяется теперь первоочередное внимание как в национальной, так и в международной повестке дня.

Историки выделяют пять основных волн массового выезда из России и стран Восточной Европы в XX столетии: 1) начало XX в. — 1917 г. (дореволюционная); 2) февраль 1917 г. — 1920-е гг. (послереволюционная); 3) конец 1930-х гг. — 1940-е гг. (связанная со Второй Мировой войной); 4) 1970-е гг. — середина 1980-х гг. (связанная с выездом евреев и диссидентов); 5) конец 1980-х гг. (периода перестройки и постперестройки). Данные миграционные волны явились причиной оттока практически трети населения России, включая страны бывшего Советского Союза и Восточной Европы.

Говоря о конце XIX — начале XX столетия, перемещения этого периода связаны преимущественно с воздействием тоталитарных режимов. С приходом советской власти стала наблюдаться тенденция отъезда за рубеж наиболее образованной группы граждан. Эмиграция из новой России по приблизительным подсчётам составляла от 1.5 до 3 млн человек. Главной причиной бегства из страны стали массовые репрессии, голод и угроза жизни в связи со сложившейся политической ситуацией.

В новых условиях интеллигенция потеряла статус, средства и гражданство. Безусловное неприятие советского режима, а зачастую и революции, надежда на обретение прежней родины были присущи каждому беженцу. Миграция оказала огромное влияние на их намерения и устремления, и, вопреки всем политическим разногласиям, в русской интеллигенции пробуждалась творческая активность и чувство единения с другими «изгнанниками родины» [1, с. 125].

Согласно статистическим данным, переселенцы первой волны эмигрировали преимущественно в страны Европы, далее — в Великобританию или США. Данные страны не просто подходили для жизни, но и предоставляли возможность писать тем авторам, которые на родине подвергались гонениям и политическим репрессиям.

Что касается политики царизма в отношении эмиграции из этнических белорусских земель, то она исходила из официальной доктрины непризнания белорусов как отдельного народа и имела двойственный характер. С одной стороны, она содействовала переселению в Сибирь и на другие окраины империи «русского элемента» (к которому относились и православные белорусы) с целью их колонизации и «обрусения». С другой стороны, выезд за границу рассматривался властями как фактор ослабления «коренного русского населения» и на государственном уровне эмиграция за пределы империи сдерживалась [2, с. 90].

С точки зрения литературы и искусства, на данном этапе возникает вопрос национального самоопределения и положения белорусской диаспоры за рубежом в начале XX столетия. По мнению М. Костюка, например, представители Беларуси в условиях серьезных общественно-политических изменений и вынужденные устраивать свою жизнь на далеких землях с самого начала занимали довольно активные жизненные позиции [3, с. 96], пусть доказательства тому и не были своевременно зафиксированы должным образом.

Проблема идентичности и самоидентификации отдельных индивидов и социальных групп в последние годы все больше привлекает внимание представителей различных отраслей науки: и социологов, и психологов, и культурологов, и философов, и этнологов. В круге наиболее актуальных вопросов — такие как вопрос о способах конструирования личной и коллективной идентичности в сообществах закрытого и открытого типа, о выработке собственных стратегий отдельных членов сообществ и т. д. Безусловно, особую остроту проблема самоидентификации обретает в ситуации рассеяния.

Как подчеркивает М. К. Лопачева, многие переселенцы – в особенности писатели – воспринимали саму эмиграцию как тупик, катастрофу, одной из проявлений которой будет кризис идентичности [4, с. 12]. И небезосновательно: несмотря на довольно значительную диаспору, белорусы не смогли заявить о себе за границей как об отдельном этносе. Незавершенность формирования белорусской нации и, как следствие, низкий уровень национального сознания эмигрантов предопределили ускоренную ассимиляцию внутренней и внешней миграции. Иммиграционные службы стран поселения регистрировали белорусов как граждан Российской империи по вероисповеданию: православных относили к русским, католиков – к полякам. Белорусские эмигранты не смогли создать в этот период (конец XIX в. – 1920-е гг.) своих организаций за границей и присоединялись к русским и польским, а также украинским и литовским диаспорам, что вело к подчинению чужим идейным и национальным концепциям и интересам [5, с. 5]. Сохранение белорусской культуры за пределами родины осуществлялось достаточно обособленно, в узком кругу отдельно взятой семьи на бытовом уровне, и до определенного времени не имело широких социальных границ и яркого проявления. Только в 1923 г. в Чикаго была создана одна из первых влиятельных организаций – Белорусско-Американская национальная ассоциация, а после 1939-го г. возникли крупные (более 350 тыс. человек) институциональные структуры в Латинской Америке. Тогда же наблюдается активная книгоиздательская деятельность (А. Сакович, Д. Витьбич, Я. Запрудник, М. Рагуля, В. Клишевич, М. Кавыль, Я. Юхновец, Я. Золак, Г. Крушин), сохранение музыкального (Н. Стречень, П. Конюх, Э. Зубкович) и художественного (О. Махнюк, Г. Русак, И. Роголевич-Дутко, Т. Стоганович-Кольба) наследия.

А. Тихомиров отмечал, что второе поколение белорусов-эмигрантов обычно утрачивало связь с этнической родиной, а Л. Лыч подчеркивал, что белорусское население «в своем абсолютном большинстве [...] мало интересуется собственным историческим прошлым, как следует не гордится своим культурно-языковым наследием» [6, с. 13]. Однако в семьях и местах компактного проживания белорусов сохранялась этнонациональная специфика [5, с. 10].

Как видим, искусство – прежде всего, литературное – одним из первых реагирует на любого рода трансформации, вызванные научно-техническим прогрессом, развитием науки, историческими войнами и революциями и, конечно же, эмиграционными процессами.

Если рассматривать литературу как мировое явление, то исследователи утверждают, что политические и социальные процессы иммиграции формируют всю литературную систему, а также взаимоотношения между всеми произведениями в словесной культуре, а не только часть той системы, которая включает в себя книги, созданные писателями-иммигрантами [7, с. 533]. Термин эмигрантская проза подразумевает все произведения, созданные вследствие миграции, или произведения, так или иначе относящиеся к данному процессу.

Интересен тот факт, что эмигрантская проза начала оформляться как отдельный пласт сравнительно недавно, ввиду участившихся международных контактов и межкультурного обмена, следовательно, именно сейчас мы можем наблюдать ее развитие и зарождение в ней новых тенденций. Происходит взаимовлияние и перекрещивание культур вне зависимости от того, существует потребность в таком культурном «импорте» [8, с. 151] или нет.

В. Жирмунский, говоря о специальных областях литературы, также подчеркивает, что ни одна великая национальная литература не развивалась вне живого и творческого взаимодействия с литературами других народов [9, с. 105].

Главной особенностью эмигрантской прозы является сочетание двух, а порой и больше, культур, которые представлены сквозь призму знаний автора. Авторы принадлежат нескольким нациям, регионам или сословиям и участвуют в литературной системе, отличающейся от системы, в которой они родились, получили образование или впервые опубликовались. Условия уносят человека за пределы своего континента и полушария, он мысленно вовлечен в жизнь людей сквозь культуры и географию и отражает в своих работах гибридные видения социума и событий. В таком ограниченном смысле, согласно Р. Вальковитц, наиболее преуспевшие писатели – это писатели-эмигранты [7, с. 533]. Такие литературные работы могут помочь нам представить новые истории, всего одна из которых включает в себя городское, региональное и бытовое развитие сюжета, и цель состоит не только в производстве книги как таковой, но также ее перевод, распространение, сравнительный анализ. Поэтому филологи называют такую литературу «наднациональной», «литературой вне какой-либо нации» [Там же, с. 543], ведь она путешествует и создает свой собственный дом здесь и сейчас.

Среди переселенцев рубежа XX–XIX столетий был М. Гершон Хиндус (1891–1969) – выходец из Беларуси (в то время – часть Российской империи). Будущий писатель родился в деревне Большое Быково под Слуцком в состоятельной еврейской семье. Свое детство он вспоминал с теплотой («А Traveler In Two Worlds», 1971), а родную деревню описывал как место, «где время остановилось» [10]. С ранних лет М. Хиндус проявлял интерес к учению, но уже в русской школе столкнулся с взыскательно-снисходительным отношением к евреям-крестьянам. Тем не менее, уже тогда будущий писатель старался игнорировать подобное явление, называя его неизбежным, как неизбежна «ожесточенность зимы» и «суровость крестьянского мужика» [11, с. 32]. Вскоре после смерти отца, а также под гнетом антисемитизма в 1905 г. семья М. Хиндуса вынуждена была переехать в США.

Тяготы переезда через Атлантику, скученность и грязь гетто манхэттенского Ист-Сайда, изобилие еды после России, трудности адаптации вызвали в нем тоску по родным лесам и просторам, от которой он излечился, поступив в семнадцать лет рабочим на ферму в штате Нью-Йорк [12, с. 45].

Именно в этот период он осознает, как необходима связь человека с землей и как важен простой физический труд. Впоследствии практически во всех работах автора мы находим идею единения человека с природой.

В университете Колгейта сферы деятельности и интересов М. Хиндуса затрагивают русскую литературу и историю русского/белорусского крестьянства. Получив степень доктора в Гарварде, М. Хиндус продолжил активно изучать русскую культуру, посещал родину и много писал. «Хиндус смотрел на Россию через призму своих научных интересов» [12, с. 46], а родиной все же называл Беларусь.

Впоследствии М. Хиндус часто бывал в России и путешествовал по Украине и Сибири в качестве фрилансера для разных американских изданий. Знание языка помогало ему избегать излишне пристального внешнего контроля, который обычно сопровождал иностранцев [Там же]. Россия представляла для писателя источник информации для его работ: революцию 1917 г. он понимал как следствие нерешенности аграрной проблемы в царской России, приветствовал коллективизацию как меру по переходу России к промышленному сельскому хозяйству и в целом восхищался энергией и размахом планов первой пятилетки. С другой стороны, он упрекал руководство Советского Союза в волюнтаризме, незнании Запада и ошибочности представлений, на основе которых формировалась советская политика, высказывал сочувствие раскулаченным и лишенцам, и даже описывал голод в Поволжье и на Украине [Там же].

М. Хиндус – своего рода посредник, носитель двух культур – имел возможность рассказать американскому народу о совершенно ином континенте и, преимущественно, о том, как политика государства отражалась на жизни простого народа. Здесь важно отметить, что огромное методическое значение имеет сравнение творчества писателя с литературной традицией, национальной и международной, с влиявшими на него предшественниками и современниками в целях установления исторически обусловленного сходства и различия между ними. Именно с помощью подобных сопоставлений познается творческая самостоятельность писателя и его место в общем развитии литературы, национальной и мировой. В этом отношении М. Хиндус является практическим первопроходцем ввиду только активизирующегося интереса к советской культуре и ее актуализации на западе. М. Алексеев, например, подчеркивает, что многим старым работам литературоведческого характера, затрагивавшим подобные вопросы, не хватало исторической перспективы, метода, достаточного фактического содержания [9, с. 121]. Неосведомленность делала подобный анализ поверхностным и недостаточно компетентным. Преимуществом М. Хиндуса является то, что, в отличие от большинства журналистов, которые полагались исключительно на идеологические заявления и марксистскую классику, писатель предпочитал находиться в стране, наблюдать, слушать, вести диалог. Все это позволяло ему беспристрастно взглянуть на исторические события.

Тем не менее, работы писателя явились окном в советский мир для англоязычного читателя. Произведения М. Хиндуса отличаются жанровой эклектичностью, поскольку включают в себя не просто очерки из жизни русского народа, но и историко-статистические данные в форме кратких отчетов и репортажей, дневниковые записи, отрывки писем, элементы художественного повествования.

Получая степень в Гарварде, М. Хиндус пишет *The Russian Peasant and the Revolution* (1920) — работа-очерк об устройстве жизни русского крестьянина, которая помогает лучше понять быт народа, идеологию государства, устройство социума тех лет. После выхода *Broken Earth* (1926), М. Хиндуса признают знатоком России и приглашают читать лекции в университетах. *Mother Russia* (1942) — результат пребывания М. Хиндуса на родине более трех лет во время Второй Мировой войны — содержит детальное описание военных условий, с которыми столкнулись его земляки. Период холодной войны отражен в *Crisis in the Kremlin* (1953), где М. Хиндус критикует Советское правительство, а также сочувственно отзывается о сельских жителях. После вынужденного перерыва вследствие невозможности попасть в Россию, М. Хиндус все-таки совершил две поездки на родину и выпустил новое произведение *House Without a Roof: Russia after Forty-three Years of Revolution* (1961), которое было удостоено нескольких наград.

Самым востребованным произведением принято считать «Красный хлеб» (Red Bread, 1931) - свидетельство о том, как проходила коллективизация в 1929–1930 гг. в родных местах М. Хиндуса. Это книга более амбициозная, чем все предыдущие работы, предлагающая всесторонний очерк состояния дел в России 1929–1933 годов. Автор старается передать англоязычному читателю живое ощущение пребывания в стране большевиков. В жанровом отношении книга представляет собой смесь репортажа (отчет о поездке в Полтавскую область, где автор и его американский спутник общаются с крестьянами, пережившими голод) и путевой прозы (описание поездки по Транссибу), статистики (приводятся таблицы залежей полезных ископаемых в СССР, роста промышленного производства, карты новостроек пятилетки) и социологии (очерки о советской семье и браке, о положении верующих и т.д.). «Красный хлеб» – это пример многогранного сочетания не только жанров, но и культур. Документальный роман демонстрирует русские/белорусские и американские реалии, хотя признаки последних наблюдаются при лингвистическом изучении самого произведения. Рассмотрим данные «переходы» и полярность более подробно.

Здесь, вероятно, лингвистический аспект является одним из самых ярких показателей того, как эмиграция влияет не только на самоопределение, но и на слияние двух (или более) культур.

Наблюдается активное инкорпорирование национально-специфических реалий (и безэквивалентной лексики соответственно) в язык произведений автора. Как пишет А. В. Федоров, национально-специфические реалии многочисленны в рамках каждой культуры и могут быть установлены различные

их группы по признаку принадлежности к той или иной сфере материального быта, духовной жизни человека, к миру природы и т.д. [4, с. 170]. Более всего «Красный хлеб» изобилует реалиями общественно-политической деятельности, например: koolacks, seredniaks, bedniaks, tovarishch, izvoshtchik, vreditel, bourzhui, pomeshtchiks. Отдельного внимания заслуживают такие понятия как muzhiks, babas, samouchka, shishka, nochlezhniki, nachalstvo, svoyevolniks. Разговорные клише переданы М. Хиндусом с помощью приема транслитерации, который широко распространен в русской переводной литературе и в оригинальных произведениях: ciechas, ceichas; poshaluista; bezobrazie, bezobrazie!; pali!; bozhe moy; hospodi pomilui; nu; ekh. Напомним, что транслитерация необходима для соблюдения лексической краткости обозначения, но важно учитывать, насколько важна передача этой специфичности, чтобы не допустить перегруженности художественного текста иностранными заимствованиями и засорению языка-оригинала.

Мнения переводчиков в вопросе передачи безэквивалентной лексики зачастую расходятся: одни предпочитают переводить, другие - транскрибировать, т.е. объяснять реалию или игнорировать ее. М. Хиндус в своем произведении часто использует перифрастический прием. Автор вводит в рассказ устаревшее слово holish (голыш), которое употребляется в переносном смысле и означает нищего человека. В белорусско-/русскоязычной среде лексема имеет скорее негативную окраску и чаще используется людьми старшего поколения как разговорное клише. В английском языке не существует равнозначного эквивалента для передачи такого «подтекста» слова, поэтому автор сохраняет его форму, но при этом использует контекст как дефиницию, чтобы иностранный читатель мог догадаться о значении лексемы: «In the old days if you called a man holish even if he was that he would smart with rage and want to spit into your face. It was such an insult to be called holish. Nowadays call a man hoolish, and even if he is well-to-do, he will be so flattered that he'll remove his hat, bow and thank you for the compliment. It is such an honor to be a holish» [10, c. 146].

Следует обратить внимание на выбор М. Хиндусом синтаксических конструкций. В настоящее время мы наблюдаем активное развитие английского языка, который открыт новым веяниям иных культур. Имеются в виду не только неологизмы или эллиптичность, но и внедрение в его письменную структуру нового синтаксиса. Одним из ярчайших примеров являются уточняющие конструкции, которые в русском языке являются нормой (вспомним Толстова, Пушкина, Лермонтова), но в английском чаще не используются или становятся самостоятельными предложениями: «Meanwhile several soldiers had arrived with musical instruments – they were to give a concert in the new club-house – my house – that very evening» [10, c. 153]; «Copeck upon copeck he put away, rouble upon rouble – all his neighbors will bear me out – and when he went to town he would not even permit himself the treat of a herring or an abaranok – there is thrift for you» [10, c. 172].

Определенной спецификой является и выбор слов. Так, например, М. Хиндус, описывая совершенно обыденные бытовые реалии, наряду с достаточно примитивной и понятной лексикой, использует возвышенные витиеватые литературные слова, которые возникают резко, неожиданно, и порой вводят в заблуждение даже особенно искушенного читателя: «Frightened and overcome with perplexity, the woman did not know what to do» [10, c. 121]; «The mother, poor thing, has gone mad with grief, and even now whenever she passes the cemetery she stops at her daughter's grave, prostrates herself on it, and cries for her to come to life» [10, c. 148].

Еще одной особенностью перевода может стать адекватная передача стилистики автора. В жанровом отношении «Красный хлеб» представляет собой смесь репортажа и путевой прозы, статистики и социологии; однако данный эффект во многом достигается употреблением большого количества социально-исторических терминов, обозначений достижений науки и бытовых реалий, ведь книга ориентирована на западного читателя, не знакомого с особенностями жизни крестьян во времена перестройки. При переводе с языка оригинала на родной язык необходимость пояснять слова, отображающие национальный быт и колорит, отпадает, следовательно, теряется некая интрига самого произведения, его новизна, экзотичность. Для русскоязычного читателя, знакомого с белорусской культурой, произведение превращается, скорее, в мемуары и не несет исторической ценности. Перифрастический прием сосредотачивает внимание читателя на том или ином термине, что в переводе может звучать несколько затянуто и не всегда актуально для русскоязычного адресата. Именно поэтому мы говорим о возможной частичной «потере» стиля.

Адекватная и понятная иностранному читателю передача культурных реалий является достаточно трудной задачей; переводческая деятельность усложняется, если мы говорим об эмигрантской литературе, написанной на неродном языке автора. Произведения переселенцев затрагивают вопросы самоопределения личности, поиск самого себя в новых условиях жизни, еще неизведанном социуме и культуре. И, хотя ныне эмиграция воспринимается как возможность познания личности, расширение языкового опыта, приобретение бесценных межкультурных контактов, развитие профессиональной деятельности, важно учитывать целый ряд факторов, поскольку такой вид прозы требует применения особых переводческих стратегий.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ядрышникова, В. М. Эмиграция русской интеллигенции после революции 1917 года / В. М. Ядрышникова, В. С. Кравец // Электронный сборник статей по материалам X студенческой международной заочной научнопрактической конференции. – Новосибирск, 2016. – №7 (10). – С. 124–129.

- 2. *Снапковский, В. Е.* Белорусская эмиграция / В. Е. Снапковский. // Белоруссия и Россия: общества и государства. М.: Права человека, 1998. С. 88–105.
- 3. *Касцюк, М. П.* Беларуская эміграцыя у Злучаныя Штаты Амерыкі / М. П. Касцюк // Беларуска-Амерыканскі культурны дыялог: стратэгія развіцця. Мінск: Тэсей, 2012. С. 95–97.
- 4. *Лопачева*, *М. К*. Писатели-эмигранты первой волны о кризисе идентичности / М. К. Лопачева // Вестник СПбГИК, 2016. №1. С. 10–15.
- 5. *Ціхаміраў, А. В.* Беларуская эміграцыя: 90-я гады XIX ст. 1917 г.: аутарэф. дыс... канд. гіст. навук / А. В. Ціхаміраў. Мінск., 1994 26 с.
- 6. *Лыч*, *Л*. *М*. XX стагодзе і лѐс беларускага народа / Л. М. Лыч // Кантакты і дыялогі. -2001. -№ 6 (65) C. 3-14.
- 7. *Walkowitz, R.* The Location of Literature: The Transnational Book and the Migrant Writer / R. Walkowitz // Immigrant Fictions. Contemporary Literature in an Age of Globalization. The University of Wisconsin Press, 2006. Vol.47, №4. 722 p.
- 8. *Жирмунский, В. М.* Сравнительное литературоведение. Восток и Запад / В. М. Жирмунский. Ленинград: Наука, 1979. 493 с.
- 9. Алексеев, М. П. Русская литература на западе / Г. И. Данилина // Сравнительно литературоведение. Хрестоматия. Тюмень: Изд-во Тюмен. гос. ун-та, 2011.-629 с.
- 10. *Hindus, M.* Red Bread. Collectivization in a Russian Village / M. Hindus. Indiana University Press, 1988. 372 p.
- 11. *Hindus*, *M*. A Traveler in Two Worlds / M. Hindus. Doubleday & Company, Inc.: New York, 1971. 356 p.
- 12. *Кабанова, И. В.* Место Мориса Хиндуса в американских репортажах из Советской России 1920-1930-х гг. / И. В Кабанова // Литература двух Америк. М., 2017. №3. С. 44–54.

Секция 3 СЕМАНТИКО-ПРАГМАТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ

В. Р. Абреу-Фамлюк (МГЛУ, Минск, Беларусь)

ВИДЫ ИНТЕРПРЕТИРУЮЩИХ РЕЧЕВЫХ АКТОВ В НАУЧНОМ ДИАЛОГЕ

Устная научная дискуссия представляет собой «разновидность профессиональной речи ученых, разворачивающейся в форме диалога на научных форумах различных форматов» [1, с. 166]. К важнейшим характеристикам данного вида институционального общения относится высокая степень полемичности. Как отмечает Л. В. Славгородская, устный научный диалог «воплощает столкновение научных идей в процессе познавательной деятельности» [2, с. 58]. Помимо этого, научная дискуссия характеризуется разнообразием прагматических целей, таких как: «вовлечение адресата в обсуждение разногласий в истолковании научных фактов, устранение ознакомление научного сообщества с полученными результатами собственных исследований, доказательство истинности той или иной точки зрения» [3]. Необходимость всестороннего обсуждения проблемы и решения возникающих противоречий обусловливает значимость достижения взаимопонимания. По этой причине в рамках научного диалога крайне востребованы приемы мониторинга грамотности понимания, одним из которых являются интерпретирующие речевые акты (далее ИРА). Они представляют собой речевые акты, являющиеся частью реактивной реплики, и «выражающие понимание (интерпретацию) пропозиционального содержания предшествующей реплики собеседника» [4, c. 64].

Как показывает анализ, ИРА в научном диалоге весьма разнообразны и полифункциональны, что позволяет произвести их классификацию по ряду признаков.

• По локализации в диалоге или удаленности от исходного интерпретируемого высказывания можно разделить ИРА на контактные (направленные на непосредственно прозвучавшее высказывание) и дистантные (относящиеся к реплике, которая находится в относительном удалении, и представляющие собой так называемую «отложенную реакцию»). Контактный или дистантный характер ИРА часто обусловлен разновидностью научного диалога: в случае дискуссии в режиме дробного реплицирования ИРА преимущественно контактного типа, в то время как при обсуждении научного доклада типично использование дистантных ИРА. Именно этим обстоятельством обусловлен выбор примеров: ввиду того, что не всегда представляется возможным определить интерпретируемый фрагмент объемного выступления, некоторые примеры даны без исходной интерпретируемой реплики.

- По признаку ориентированности на определенного участника коммуникативного процесса ИРА могут быть следующих типов:
 - 1) «Я-ориентированные», или направленные на говорящего:
- -**Я так понимаю**, что вопрос в том, что мы увидим, если поставим себя на место автора.
 - 2) ИРА, ориентированные на адресата:
- -В самом начале лекции **Вы упомянули** флуоресцентные микроорганизмы, и **Вы сказали**, что их можно применить для нахождения путей связей нейронов. Какое еще практическое применение у этих флуоресцентных микроорганизмов, помимо картин? Где еще можно применять эту технологию получения флуоресцентных организмов?
 - 3) ИРА смешанного типа:
- -Первый вопрос к Вам **правильно ли я Вас понимаю**, что **Вы** действительно **считаете**, что есть сферы деятельности, их надо расширять, помимо перечисленных в законе о естественных монополиях, в которых конкуренция в целом не нужна, в которых нужно уменьшать все действия антимонопольного законодательства?
- 4) нейтральные ИРА, не отсылающие ни к адресату, ни к говорящему (с использованием формальных показателей *то есть, значит, это означает, иными словами, речь идет о, получается* и пр.):
- **Иными словами**, важно, чтобы была доказана сильная связь и чтобы знали, что искать, а не просто смотрели бы всю совокупность данных и думали о том, что а вдруг что-нибудь найдется?
- Противопоставление по направленности на участника подводит к следующему параметру разграничения ИРА по типу предиката в формально-языковом показателе. Интерпретацтонный компонент может вводиться с помощью:
- 1) предиката понимания (*правильно ли я понимаю*; если я правильно понял; я (так) понял, что и т. п.):
- Вопрос про эволюцию. На основании вашей лекции **я понял, что** мутация может происходить благодаря бактериям, которые что-то встраивают в ДНК, вирусам, может быть, радиации. Всегда ли эти мутации происходят под воздействием внешних факторов? Обязательно ли условие воздействие внешних факторов?
- 2) предиката речи (*Вы говорите*, *Вы хотите сказать*, *Вы сказали*, *Вы упомянули*, *Вы заговорили* и пр.):
- Нет, я сказала не трогаются долгосрочные тарифы в течении срока их действия, если они были установлены до перехода к новой модели.
- **Вы говорите** о том, что в существующей модели по существу пересматриваются долгосрочные параметры.
 - 3) предиката мнения (Вы считаете, по-Вашему, Вы полагаете и др.):
- Мы говорим, что люди не организуются. Они организуются, причем бурно организуются во всякие фантастические сообщества. Они объеди-

няются, знакомятся, выходят на улицу, и там уж кто что делает, это большой вопрос, потому что существует, как известно, общество скинхедов и ультранационалистов. Они замечательно самоорганизованы, лучше всех.

– **Вы считаете**, нужно организовывать сообщества?

При этом обнаруживается четкая корреляция между фокусом говорящего/слушающего и типом используемого предиката: высказывания, ориентированные на говорящего, вводятся с помощью предиката понимания; в высказываниях с фокусом адресата типично использование предикатов мнения и речи.

- По локализации ИРА в предложении и реплике ИРА может быть выражен отдельным предложением (а) или являться частью сложного предложения либо даже сложного речевого действия (б):
- а) Я, например, скатился к преподаванию литературы как художественной формы опредмечивания концепции человека. [...] Человек открывает себя вновь и вновь. Пока он не познан, это будет продолжаться. Потом потеряет смысл, но тогда потеряет смысл и сам человек.
- **То есть** базой для преподавания курса истории литературы должно быть философское введение.
- б) **Как я понял**, Анатолий Николаевич пропагандирует математические подходы к решению задач управления, ну, это естественно, а я, наверное, поддержу ту сторону, которую он уже покритиковал. [...].

В приведенном примере (б) в одном предложении сочетаются три речевых действия: интерпретация (Анатолий Николаевич пропагандирует математические подходы к решению задач управления), оценка (ну это естественно) и солидаризация с третьим лицом (а я, наверное, поддержу ту сторону, которую он уже покритиковал).

В случаях, когда ИРА не является единственным речевым действием в реплике, возможны следующие варианты его расположения по отношению к другим речевым элементам:

1) в препозиции:

— Скажите, пожалуйста, **Вы сказали, что** с начала 90-х годов легкая промышленность ушла в тень. **Я правильно Вас понимаю,** что до 90-х годов она была конкурентоспособной. Раньше было хорошо, потом стало плохо. Вот это хорошо — это что такое? (в данном случае два ИРА, следующие друг за другом, предваряют и подготавливают вопрос «Вот это хорошо — это что такое?»);

2) в постпозиции:

— Это красивое определение, а для философа особенно соблазнительное. «Барокко — это явление, возникающее на переломе от традиционного к модер- нистскому». Если я правильно понял Сергея Михайловича, то барокко — это такое явление, которое ближе к традиционной культуре, чем к зарождающейся модернистской. Я правильно понял? (в данной реплике интерпретирующему акту предшествуют рассуждения говорящего о барокко);

3) в интерпозиции:

- -В чем здесь разрыв с тем, что говорил Норт? Разве Норт не говорил чуть более общими словами примерно то же самое? Вы начали говорить о том, что есть люди, работающие операционально: «забудем о том, что говорит Норт и прочие» и определим это таким образом. Что здесь действительно есть разрыв между двумя институциональными экономиками? Пока что я его не увидел. (адресант сначала формулирует вопрос; затем следует ИРА, подкрепленный цитатой; после чего говорящий снова формулирует вопрос и предлагает свой вариант ответа).
- По роли в диалогическом взаимодействии. Интерпретация в принципе всегда в определенной степени вторична, зависима от анализируемой пропозиции. Однако в рамках коммуникативной реакции ИРА могут обладать большей или меньшей степенью самодостаточности. Так, можно выделить «чистые» (самостоятельные) и осложненные (несамостоятельные) ИРА. «Чистыми» случаями в данной работе предлагается считать те ИРА, в которых главной целью является проверка говорящим правильности или неправильности своей интерпретации. Соответственно, в ответ на реплики, содержащие подобные ИРА, интерпретатор получает согласие/несогласие с предложенной им интерпретацией («да, Вы правильно поняли»/«нет, вы поняли неправильно»):
- а) [...] Но эти самые рисунки, границы начинают материализовываться в сознании. Им начинаешь верить. Вот в чем дело.
- **Вы хотите сказать, что** в головах это пространство уже распалось окончательно.
 - *Конечно*. (подтверждение интерпретационной гипотезы);
- 6) **Означает ли это**, что использование понятия порядка было не обязательно?
- Почему? Это порядок, ведь порядок бывает длительный, бывает кратковременный, но мы его опознали как порядок, это феномен порядка. (опровержение интерпретационной гипотезы).

Примечательно, что, во-первых, экспликация согласия с предложенной интерпретационной гипотезой не является обязательной, в то время как несогласие, как правило, эксплицируется; и во-вторых, коррекция интерпретатора осуществляется в более развернутом виде, нежели подтверждение его слов.

В осложненных ИРА интерпретация играет весьма важную, но не всегда центральную роль. Толкование сказанного скорее «подкрепляет», сопровождает иную цель, нежели чисто интерпретативную. Отличительной особенностью данного типа ИРА является наличие дополнительной интенции (формулирование обобщения, выражение согласия/несогласия, постановка вопроса, развитие тезиса, конкретизация ответа).

Помимо этого, осложненные ИРА различаются по характеру соотношения интерпретационного компонента и дополнительной интенции. Так, встречаются две формальные разновидности несамостоятельных ИРА:

1) встроенные в структуру сложного речевого действия ИРА, ср.:

- Я не могу согласиться с **Вашим**, Андрей Виленович, **тезисом о том**, что нигде больше никаких сдвигов не произошло в сторону демократизации и либерализации и т.д. (в приведенном примере представлен синкретичный способ выражения ИРА в сочетании с интенцией несогласия);
- 2) дифференцированно выраженные ИРА в сочетании с другими типами речевых действий:
- Уважаемый Юрий Валерьевич, у меня есть небольшая реплика. **Вы сказали, что** если секта не наполнена негативным содержанием, то ее ученым, как я поняла, рассматривать не стоит. Мне кажется, что наоборот. Именно задача ученых рассмотреть этот термин и понять, как можно разграничить эти секты, задача ученых исследовать. (за ИРА следует речевой акт несогласия).

«Чистые» и осложненные ИРА объединяет наличие формально-языковых показателей и экплицированность интерпретационного компонента, различие же касается факта наличия или отсутствия во внутренней структуре высказывания дополнительного коммуникативного намерения.

- По иллокутивным характеристикам ИРА можно классифицировать на утвердительные (репрезентативы) и вопросительные (интеррогативы). Относительно этого параметра следует отметить, что для «чистых» случаев ИРА более свойственна вопросительная форма, т.к. она позволяет сформулировать запрос на правильность либо ошибочность интерпретационной гипотезы. Для осложненных ИРА в равной степени характерны обе формы выражения, однако репрезентатив специфичен для ИРА, обосновывающих и подготавливающих другие речевые действия, например вопрос:
- **Вы упоминали** какие-то универсальные иммунные клетки, которые можно давать любым людям, и они не будут атакованы уже имеющейся иммунной системой. Каким образом их получают, как разбираются с гистосовместимостью?

Таким образом, с помощью ИРА может фокусироваться внимание на определенном участнике процесса общения, фиксироваться его ментальное состояние (мнение). Кроме того, ИРА способны сопровождать иные речевые действия, тем самым содействуя коммуникативному разнообразию научных интеракций и более полному взаимопониманию собеседников. Следует отметить взаимообусловленность таких параметров, как: разновидность научного диалога и удаленность от исходной интерпретируемой реплики; ориентированность на участника коммуникативного процесса и тип используемого предиката, с помощью которого вводится интерпретационный компонент; также существует связь между иллокутивным типом ИРА и его ролью в развитии диалогического взаимодействия.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Чалова, О. Н.* Стратегии и тактики научного дискурса / О. Н. Чалова. // Ученые записки.— 2017. — Т. 24 — С. 165—170.

- 2. Славгородская, Л. В. Научный диалог (лингвистические проблемы) / Л. В. Славгородская. Л.: Наука, 1986. 168 с.
- 3. *Чалова*, *О. Н.* Оценочные речевые действия в научном диалоге / О. Н. Чалова // Сообщество учителей английского языка : интерактивный научно-методический журнал ; редкол. : А. П. Гулов (отв. ред.) [и др.]. Старый Оскол. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://tea4er.ru/ho-me/volume9/4225-2016-02-23-16-23-17. Дата доступа: 12.03.2018.
- 4. *Кобозева И. М.* Интерпретирующие речевые акты // Логический анализ языка. Язык речевых действий / И. М. Кобозева, Н. И. Лауфер. М.: Наука, 1994.-c.63-71.

Е. В. Беланович (МГЛУ, Минск, Беларусь)

СПЕЦИФИКА ОТРАЖЕНИЯ ДЕНОТАТИВНОЙ ОБЛАСТИ «ПОТРЕБЛЕНИЕ ПИЩИ» В ГЕРМАНСКИХ И РОМАНСКИХ ЯЗЫКАХ

Денотативная область представляет собой структурированный фрагмент картины мира. При ее анализе необходимо опираться на компонентный анализ значений глаголов, так как именно глагол называет отношение, связывающее компоненты денотативной области. Данные толковых словарей представляют собой схему того, как отражается конкретная денотативная область языковым носителя английского языка. Следовательно, сознанием рассмотрение специфики отражения денотативной области в структуре языка необходимо начинать с изучения лексических и синтаксических параметров глагола. Значительную помощь в вычленении информации о процессе «потребление пищи» оказывают дефиниции глаголов, поскольку в них содержится информация о составляющих данного процесса, его этапах и участниках.

Исследование лексико-семантических классов глаголов продолжает вызывать большой интерес у лингвистов, поскольку вопросы глагольной классификации до сих пор остаются открытыми. Отсутствие работ по изучению глаголов потребления пищи в романских и германских языках, их функционированию в речи и сопоставлению их структур и значений определяет актуальность проведения их комплексного анализа. Дефиниции исследуемых глаголов и предложений с ними извлечены из различных типов толковых словарей и словарей синонимов сравниваемых языков [1, 2, 3, 4, 5].

Основным критерием классификации лексических единиц в английском языке является ведущий интегральный признак, представленный гиперонимами *eat* и *drink* (по качеству потребляемой пищи). Глаголы, называющие этапы денотативной области «потребление пищи», можно выделить в отдельную подгруппу ввиду того, что каждый этап может самостоятельно лексикализоваться в предложении. Наличие дифференциального признака, а именно дополнительной характеристики процесса свойственно глаголам лексико-семантической группы «Потребление пищи» [6, с. 55].

Интегральные и дифференциальные семантические признаки значений (процесс потребления твердой пищи, процесс потребления жидкой пищи, этапы потребления пищи, потребление пищи человеком или животным,

дополнительные характеристики процесса) были обнаружены в структуре значений корпуса исследуемых глаголов при анализе глагольных лексем. По интегральным и дифференциальным признакам и дополнительной тематической характеристике в лексико-семантической группе «Потребление пищи» было выделено шесть подгрупп глаголов, отражающих следующие значения: 1) 'потребление твердой пищи'; 2) 'потребление жидкой пищи'; 3) 'потребление твердой и жидкой пищи'; 4) 'этапы потребления пищи'; 5) 'предоставление пищи'; 6) 'потребление пищи при наличии дополнительных характеристик процесса'. Последняя подгруппа выделена на основе дополнительных тематических характеристик процесса (социальное состояние, темпоральное состояние и др.). Большинство значений проанализированных лексических единиц включает несколько общих признаков [6, с. 46–47]. Выявленные признаки глаголов исследуемой группы находят отражение в таблице 1 [6, с. 54].

Таблица 1 Структура лексико-семантической группы «Потребление пищи» в английском языке

пи	руппа «Пот щи», выраж оонимами <i>e</i> drink	жаемая	Подгруппа «Этапы потребления пищи»	Подгруппа «Предостав- ление пищи»	Подгруппа «Потребление пищи при наличии дополнительны характеристик	
bolt	drain	banquet	bite	banquet	banquet	gulp
browse	drink	breakfast	chew	breakfast	bite	guzzle
champ	imbibe	consume	swallow	feed	bolt	ingest
chomp	lap	dine	champ	tea	breakfast	lap
crunch	nip	feed	chomp		champ	lunch
devour	quaff	gulp	crunch		chew	munch
eat	sip	guzzle	gnaw		chomp	nip
feast	suck	ingest	gulp		crunch	quaff
gnaw	sup 1	lick	lap		devour	sip
gobble	swig	lunch	lick		dine	snack
gorge		relish	munch		drink	suck
graze		snack	quaff		eat	sup 2
munch		sup 2	suck		feast	swill
nibble		swill			gnaw	wolf
wolf		tea			gobble	
					gorge	

Результаты анализа языковых единиц, реализующих значение потребления пищи во французском языке, показали, что три единицы: 1) *manger* 'есть' – absorber, avaler un aliment, après l'avoire mâché ou non, afin de se nourrir, 2) *absorber* 'всасывать; поглощать, съедать, выпивать' – ingérer une

boisson, un aliment, un médicament, etc. и 3) *avaler* 'глотать; съесть, выпить' – faire descendre par la gorge; absorber – входят в состав содержательного ядра большого числа глаголов со значением 'потребление пищи', однако не всех. Следовательно, выявление единого интегрального признака не является возможным, выборка глаголов осуществлялась с помощью словаря синонимов французского языка. Большинство значений проанализированных лексических единиц включает несколько общих признаков.

В группе глаголов, отражающих значение 'потребление пищи', возможно деление глагольных лексем с учетом признака 'тип субъекта' — животное: *paturer* 'пастись', *brouter* 'щипать (траву), объедать (листья, побеги); пастись'. Однако некоторые глаголы этой группы способны называть процесс потребления пищи, реализованный не только животным, но и человеком: *becqueter* 'клевать' и *picorer* 'мало есть': *Ma fille picore* 'Моя дочь мало есть'.

Подгруппу глаголов со значением «потребление пищи при наличии дополнительных характеристик» составляют следующие лексические единицы: *bâfrer* 'нажираться' — manger qqch <u>avidement</u> et <u>avec excès</u>; *engouffrer* 'жадно глотать; обжираться' — manger, avaler des aliments goulûment и др.

Особый интерес вызывают глаголы, в дефинициях которых обнаружен единственный компонент *manger* 'есть, съедать': *bouffer* 'потреблять, пожирать', *boulotter* 'лопать, жрать', *brichetonner* 'поесть', *briffer* 'жадно есть, объедаться', **crouter** 'есть, перекусить'. Данная подгруппа глаголов немногочисленна, некоторые ее единицы обладают эмоционально-экспрессивной окраской.

К глаголам, обозначающим 'прием пищи', относятся единицы, в дефинициях которых обнаружены компоненты *prendre* 'брать' и 'тип питания в зависимости от определенного времени суток' (*le repas de midi* 'обед', *le repas du soir* 'ужин', *le petit déjeuner* 'завтрак', *le souper* 'поздний обед, ужин'): *déjeuner* 'обедать; завтракать' — prendre le repas de midi; prendre le petit déjeuner.

Значение 'потребление жидкой пищи' во французском языке реализовано единственным глаголом *boire* 'пить'. Аналогов английским глаголам со значением 'пить маленькими глотками' *nip* или 'пить залпом' *quaff* во французском языке не обнаружено.

В отдельную подгруппу вынесены глаголы с имплицированными инструментами в их дефинициях:

Croquer 'грызть, есть, хрустеть' – faire un bruit sec sous la dent: *Croquer dans une pomme* 'Грызть яблоко'. *Croquer un bonbon* 'Грызть конфету'.

Dévorer 'съедать, пожирать' – manger en déchirant avec les dents.

Mâcher 'жевать, прожевывать, разжевывать' — broyer <u>avec les dents</u> d'avaler; triturer <u>dans la bouche</u>.

Mordre 'кусать, жалить, клевать (о птице) ' – serrer, saisir fortement <u>avec</u> <u>les dents</u> en entamant, en blessant : *Le chien l'a mordu*. 'Собака ее укусила' *Mordre à une pomme* 'Надкусить яблоко'.

Sucer 'сосать, обсасывать, пить, пьянствовать' – aspirer à l'aide des lévres un liquide, une substance : *Sucer le jus d'un fruit* 'Потягивать фруктовый сок'.

В подгруппу глаголов, объединенных социальной характеристикой и отражающих значения: А) 'предоставление пищи', В) 'получение удовольствия в процессе насыщения', С) 'оценивание достоинства пищи' — входят следующие глагольные лексемы:

A) *Alimenter* 'питать, снабжать, кормить' — fournir des aliments $\underline{\dot{a}}$; nourrir: *Alimenter <u>un malade</u> avec du bouillon* 'Кормить больного бульоном'.

Gaver 'откармливать' — alimenter de force <u>une volaille</u> en lui introduisant de la nourriture jusqu'au fond du gosier, à la main ou à l'aide d'une gaveuse; faire manger avec excès; bourrer: *Gaver <u>un enfant</u> de bonbons* 'Закармливать ребенка конфетами'.

Gorger 'накормить, напоить до отвала' – faire manger avec excès: Gorger <u>un enfant</u> de sucreries 'Накормить ребенка сладостями'.

Nourrir 'кормить, питать, кормить грудью' — fournir des aliments $\underline{\grave{a}}$; faire vivre en donnant des aliments. *Nourrir <u>des animaux</u>* 'Кормить животных'.

Régaler 'угощать, потчевать' — <u>offrir</u> des boissons, des mets savoureux <u>à</u>; <u>offrir à boire et à manger</u>: *Aujourd'hui, c'est moi qui régale!* 'Сегодня угощаю я!'

Sustenter 'поддерживать питанием, питать' — nourrir, entretenir les forces de qqn par des aliments.

B) *Festoyer* 'пировать; угощать, чествовать' – faire <u>bombance</u>; prendre part à un festin.

Godailler/goder 'пьянствовать; гулять' – faire des faux plis <u>en bombant</u> par suite d'une mauvaise coupe ou d'un mauvais assemblage.

Gueuletonner 'пировать, хорошо поесть' – faire un gueuleton.

 ${\it Ripailler}$ 'кутить, пьянствовать, гулять' – faire ${\it ripaille}$.

C) Déguster 'дегустировать, пробовать; отведывать, смаковать, пить с удовольствием' — <u>goûter</u> un aliment solide ou liquide pour en apprécier les qualités.

Goûter 'пробовать, отведывать ; полдничать, слегка закусить' – <u>vérifier</u> la saveur d'un aliment, d'une boisson.

Savourer 'смаковать; вкушать, наслаждаться' — goûter lentement, avec attention et plaisir. Savourer une tasse de café 'Наслаждаться чашечкой кофе'.

Tâter 'пробовать' (de qqch, à qqch) — avoir une première expérience de qqch; <u>essayer</u>: *Tâter des fruits* 'Пробовать фрукты'.

Описание дефиниций глаголов потребления пищи во французском языке позволило выделить и классифицировать их основные значения. Многие глаголы обладают способностью выступать в разных типах конструкций. Выявленные признаки глаголов исследуемой группы находят отражение в таблице 2. Список глаголов остается открытым.

Таблица 2 Структура лексико-семантической группы «Потребление пищи» во французском языке

Под-	Под-	Подгруп	Подгруппа	Подгруппа	Подгруппа
группа	группа	па	«Этапы	«Потребление	глаголов,
«Потреб-	«Потреб-	«Прием	потребления	пищи при	объединенных
ление	ление	пищи»	пищи	наличии	социальной
твердой	жидкой		с импли-	дополнительных	характеристикой,
пищи»	пищи»		цированным	характеристик	со значениями:
			инструмен-	процесса»	А) 'предостав-
			TOM>>		ление пищи',
					В) 'получение
					удовольствия
					в процессе
					насыщения',
					С) 'оценивание
					достоинства
					пищи'
bouffer	boire	consomm	avaler	bâfrer	A) alimenter
boulotter		er	croquer	becqueter	empiffrer
bricheto		déjeuner	croustiller	chipoter	gaver
nner		dîner	dévorer	croquer	gorger
briffer		engloutir	grignoter	croustiller	nourrir
crouter		ingurgiter	mâcher	dévorer	repaître qqn de
		souper	mastiquer	engouffrer	qqch régaler
			mordre	gober	restaurer
			ronger	goinfrer	sustenter
			sucer	grailler	B) boustifailler
				grignoter	festoyer
				gruger	godailler / goder
				mangeotter	gueuletonner
				paitre	régaler
				picorer	ripailler
				pignocher	savourer
				ronger	C) déguster
				tortorer	goûter
					savourer
					tâter

Результаты анализа языковых единиц, реализующих значение 'потребление пищи' в немецком языке показали, что две единицы *essen* 'есть' — Nahrung in den Mund nehmen und schlucken 'брать еду в рот и проглатывать' и *trinken* 'пить' — Flüssigkeit, ein Getränk zu sich nehmen 'употреблять жидкость, напиток' [5] входят в состав содержательного ядра всех глаголов. Это позволило нам признать в качестве интегрального признака значение 'потребление пищи', реализованного именно глагольными единицами гиперонимами *essen, trinken*.

Дифференциальными признаками могут выступать семантические признаки, такие как 'потребление пищи человеком или животным', 'этапы потребления пищи', а также различные дополнительные характеристики процесса «потребления пищи», которые позволяют одному и тому же глаголу относиться к нескольким подгруппам в рамках одной ЛСГ «Потребление пищи». Видится целесообразным объединить в отдельную подгруппу глаголы со значением потребления алкогольных напитков, в дефинициях которых содержится компонент, называющий употребляемый напиток. В немецком языке количество данных глаголов существенно превышает единичные случаи в английском и французском языках.

Используя интегральный и дифференциальный признаки, а также метод сплошной выборки, в толковых словарях и словарях синонимов был выявлен 71 глагол, называющий процесс «потребление пищи» в немецком языке (см. Таблицу 3). Список глаголов остается открытым.

Таблица 3 Структура лексико-семантической группы «Потребление пищи» в неменком языке

* *	а «Потребление		Подгруппа «Этапы	Подгруппа	Подгруппа
	аемая гиперони	мами		«Употреб-	«Потреб-
essen и trinken			потребления	ление	ление пищи
essen	trinken	essen,	пищи»	алкогольных	при наличии
		trinken		напитков»	дополни-
					тельных
					характе-
					ристик
					процесса»
essen	trinken	konsumieren	hinunterschlucken	hinunterstürzen	frühstücken
herfallen	ausschlürfen	sich stärken	beißen	hinuntergießen	löffeln
knabbern	austrinken	genießen	kauen	hinunterkippen	picknicken
schlingen	saufen	dinieren	mümmeln	hinunterschütten	prassen
zugreifen	wegtrinken		schnappen	wegkippen	schlemmen
futtern	hinunterspülen		schlucken	süffeln	sich bedienen
verdrücken			verschlucken	abschädeln	schwelgen
verputzen			hinunterwürgen	kübeln	schnabulieren
sich			verschlingen	zischen	schmausen
vollessen			nagen	bechern	schlürfen
mampfen				stemmen	sich laben
reinhauen					soupieren
sich					tafeln
vollfressen					verspeisen
spachteln					
fressen					
sich					
ernähren					
zulangen					
sich					
vollschlagen					
weiden					
grasen					
äsen					

Результаты анализа структурно-семантических особенностей глаголов потребления пищи в английском, французском и немецком языках позволили заключить следующее. Глаголы лексико-семантической группы «Потребление пищи» в названных языках обладают общим динамическим признаком, на что указывают не только дополнительные характеристики образа действия, времени и места в дефинициях глагольных лексем, но и сама природа процесса, которая определяет его как процесс физиологический и физический. При компонентном анализе дефиниций глаголов исследуемых групп, реализующих значение 'потребление пищи' в английском, французском и немецком языках, возможно выделение общих семантических составляющих: субъект (S), инструмент (I), объект (O), адресат (Adr), цель (Goal), результат (Res), место (Place); присутствуют также дополнительные характеристики процесса (Conditions), – максимально отражающих денотативную область 'потребление пищи'. Минимальная цепочка, реализующая исследуемую область, представлена S, O и связывающим их отношением (R).

Однако глаголы потребления пищи в английском, немецком и французском языках, обладая узкой семантикой, отражают в своей смысловой структуре национальные и ментальные характеристики процесса, что не может не сказаться на построении семантической структуры предложения. И несмотря на то, что по своему смысловому содержанию глаголы тесно соприкасаются друг с другом, так как относятся к одной и той же области знаний, они способны отражать определенные различия в способах протекания глагольного действия и представлении этого процесса говорящим.

Полученные результаты могут послужить началом новых исследований, посвященных комплексному сопоставительному анализу лексико-семантических свойств глаголов потребления пищи в различных языках, выявлению их семантико-синтаксических свойств в сочетании с изучением параметров их функционирования в предложении.

ЛИТЕРАТУРА

- 1. Concise Oxford thesaurus / ed. M. Waite. 2nd ed. Oxford : Oxford Univ. Press, 2002. 974 p.
- 2. The Oxford thesaurus: an A-Z dictionary of synonyms / ed. L. Urdang. Oxford : Clarendon Press, 1991.-1042 p.
 - 3. Petit Larousse illustré. Paris : Librairie Larousse, 2007.
- 4. Dictionnaire Electronique des synonymes Larousse [Электронный ресурс] // Режим доступа http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/synonyme/76196. Дата доступа: 10.02.2018
- 5. Duden [Электронный ресурс]. 2019. Режим доступа http://www.duden.de Дата доступа: 12.03.2018

6. Беланович, Е. В. Вариативное отражение сложной денотативной области в структуре английского предложения : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04 / Е. В. Беланович. – Минск, 2017. – 172 л.

А. А. Биюмена, И. М. Колодкина (МГЛУ, Минск, Беларусь)

ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА ФОРМУЛИРОВКИ МИССИИ БЕЛОРУССКИХ КОМПАНИЙ

На территории Беларуси насчитывается более 240 тыс. различных компаний, работающих в таких отраслях, как машиностроение, химическая, деревообрабатывающая, легкая и пищевая промышленность и многих других. Среди значимых компаний выделяются «Коммунарка», «Спартак», «БелАЗ», «МАЗ», «Белоруськалий», «МТЗ», «Белшина», «Атлант», «Гефест», «Милавица», «Санта Бремор», «Бабушкина крынка». Они являются успешными белорусскими брендами и уже достаточно широко известны за пределами страны. Несомненно, успех этих компаний заключается в том, что они изготавливают качественную продукцию, нацелены на потребителя, а также имеют четкое представление о своих действиях. Залог успеха компании также зависит не только от ее собственной деятельности. Предприятию необходимо постоянно сотрудничать с партнерами, другими компаниями и подрядчиками. Одним из важнейших аспектов успеха деятельности организации является четкое формулирование миссии и нацеленность на ее выполнение.

Миссия — это сформулированная цель организации компании, иными словами, смысл ее существования. Правильно определенная миссия хотя и имеет всегда общий философский смысл, тем не менее обязательно несет в себе что-то, что делает ее уникальной в своем роде, характеризующей именно ту организацию, в которой она была выработана. Миссия вносит стратегический смысл в деятельность компании, порождает стремление к совершенству и становится платформой мотивации персонала [1].

Несомненно, у миссий имеются свои функции, а именно: 1) согласование и координация работ; 2) объединение представлений участников организации о том, зачем она нужна и что должна делать, направление их действий; 3) создание устойчивого позитивного имиджа организации; 4) привлечение инвестиций; 5) облегчение процесса планирования [2].

Миссию можно сформулировать в двух вариантах. Короткий вариант миссии (формулировать в собой брендовый слоган организации, направленный прежде всего на формирование имиджа организации в обществе. Расширенный вариант миссии (расшифровка) чаще всего формулируется для внутреннего пользования и должен подробно раскрывать все необходимые аспекты, среди которых могут быть: 1) цель функциониро-

вания организации; 2) область деятельности организации; 3) философия организации; 4) методы достижения поставленных целей; 5) методы взаимодействия организации с обществом [1].

Следует отметить, что миссия определяется на этапе становления организации и редко изменяется. В качестве примера реальной миссии компании мирового уровня можно привести миссию компании Matsushita, которую К. Мацусита определял как борьбу с бедностью общества и повышение его благосостояния [3].

К. Мацусита одним из первых сформулировал и использовал в работе миссию. По его мнению, миссия должна включать в себя: 1) служение обществу: производить высококачественные товары; 2) справедливость и честность: придерживаться справедливости и честности в бизнесе; 3) коллективный труд на общее благо: объединять усилия и стремиться к достижению общих целей на основе взаимного доверия и признания индивидуальной независимости; 4) постоянное самосовершенствование: стремиться к улучшению корпоративных и личных обязательств, чтобы выполнить миссию фирмы по достижению прочного мира и процветания [3].

Миссия может быть сформулирована как в виде одной фразы, так и в виде многостраничного заявления руководства компании, в котором отражаются все аспекты согласования интересов различных групп и основные характеристики компании.

В качестве примера весьма пространной формулировки можно привести миссию Ошмянского мясокомбината: Обеспечивая поставку на рынок безопасной, качественной, экологически чистой, разнообразной продукции, способствовать укреплению фундамента здоровья нации. Объединяя лучших специалистов и профессионалов добиваться только самых высоких показателей в экономической сфере. Через решение социально-значимых общественных и экономических задач обеспечить рост профессионализма, благосостояния и качества жизни для всех сотрудников предприятия. Понимая социальную значимость предприятия, оказывать необходимую поддержку незащищенным слоям населения, способствуя повышению уровня жизни жителей Ошмянского района. Обеспечить устойчивое развитие предприятия путем постоянного улучшения системы менеджмента качества. Создание экологически чистого производства. (ОАО «Ошмянский мясокомбинат»). В приведенной формулировке можно наблюдать достаточно широкое и подробное описание деятельности Ошмянского мясокомбината, где излагаются социальные, экономические и другие аспекты деятельности предприятия.

Существуют также достаточно краткие и лаконичные формулировки белорусских миссий: *Мы помогаем людям!* («Аптека-групп»); *Мы создаем любимые продукты для людей* (Брестский мясокомбинат); *Придать жизни радость, легкость и превратить каждый день в праздник* («Морозпродукт»).

В текстах миссий белорусских компаний можно наблюдать предпочтительное использование определенных языковых средств, которые помогают руководству организации четко и ясно выразить свою позицию, а также очертить направления деятельности предприятия.

Были проанализированы характерные для формулировок миссий способы языкового выражения (лексические, грамматические, фонетические).

Одной из лексических особенностей формулировок миссий белорусских компаний является употребление местоимения 1-го л. мн. ч. мы. Оно обозначает два и более лица, включая самого говорящего. Но в данной ситуации местоимение мы используется для номинирования учреждения, которое представляется как совокупность лиц, объединенных по организационному признаку – так называемое собирательное мы: Свою миссию мы видим в создании вкусной, качественной, натуральной молочной продукции для здоровья и отличного самочувствия наших потребителей (холдинговая компания «Бабушкина крынка»; Являясь крупнейшим оператором электросвязи в Реслублике Беларусь, мы видим свою миссию в объединении людей, предоставляя свободу общения и получения информации (РУП «Белтелеком»); Мы объединяем опыт и инновации, традиции и альтернативу, чтобы овладеть энергией природы и сделать ее еще более доступной (РЦ «Белорусьнефть»). Во всех приведенных примерах прослеживается четкая взаимосвязь местоимения мы с компанией.

Анализ имен существительных, представленных в формулировках миссий белорусских организаций, выявил преобладание среди них абстрактных субстантивных лексем, таких как потенциал, возможность, интерес, удовольствие, качество, радость, здоровье и т.д.: Приносить радость и удовольствие людям, сохраняя и приумножая богатые традиции кондитерского искусства (СОАО «Коммунарка»); Миссия холдинга базируется на концепции создания максимально комфортной обуви, повторяющей каждое движение человека; обуви как синонима удобства и качества, надежности и долговечности («Марко»).

Очень часто в текстах миссий встречаются отглагольные существительные совершенствование, формирование, развитие, реализация и т. д.: Миссия – оказание санаторно-курортных и оздоровительных услуг гражданам РБ и иностранным гражданам путем постоянного контроля качества; повышения квалификации персонала и модернизации оборудования (санаторий «Неман-72»); Наша миссия – удовлетворение потребностей рынка в качественной и доступной разнообразной тракторной технике и машинах, наращивание производственного потенциала Республики Беларусь и продвижение высокого звания белорусского качества во всем мире (МТЗ-холдинг).

Важно отметить то, что все слова, используемые в текстах миссий, имеют положительную окраску или являются оценочно нейтральными, что можно объяснить стремлением компаний вызвать исключительно положительные эмоции и создать хорошее впечатление в результате описания своих

целей и задач перед клиентами, инвесторами и конкурентами. Часто в лексический состав формулировки миссии входят имена прилагательные с ярким коннотативным значением, которые содержат положительную оценку фактов, явлений, например, надежный, лучший, восхитительный, вкусный, здоровый, прекрасный и т.д.: Объединив предприятия-партнеры, вместе мы стремимся создавать конкурентоспособную, постоянно совершенствующуюся автомобильную технику, служащую надежным средством достижения целей наших потребителей, стремимся к успешному, непрерывному развитию, укрепляя отрасль автомобилестроения нашей страны (МАЗ); Вместе с нашими клиентами мы движемся вперед, чтобы делать жизнь людей лучше, предлагая передовые услуги связи («Velcom»).

Среди синтаксических особенностей формулировок миссий белорусских компаний следует отметить большое количество безличных и односоставных предложений: Стремление к вдохновению, дизайну, инновации («Mark Formelle»); Обеспечение населения Республики Беларусь высококачественными рыбными изделиями по доступным ценам («Белрыба»); Максимально полное удовлетворение потребностей отечественного агропромышленного комплекса в азотных минеральных удобрениях, а химической отрасли страны— в капролактаме, метаноле и других видах продукции (ОАО «Гродно Азот»). В этих примерах в качестве подлежащего выступают такие существительные, как стремление, обеспечение и удовлетворение.

Очень часто в текстах миссий белорусских организаций употребляются глаголы в форме инфинитива. Грамматическая конструкция предложений с инфинитивом делает их весьма удобными для выражения деятельности или состояния безотносительно к лицу-деятелю. В некоторых случаях предложения могут обладать экспрессивной и эмоциональной окраской. Также важно отметить то, что инфинитивы могут выступать в качестве различных членов предложения: Обеспечивать мобильность специальных систем и технологического оборудования в условиях бездорожья за счет использования колесных транспортных средств. (ОАО «МЗКТ»); Неизменно развивать и совершен**ствовать** технологию комфорта. («Marko»); **Помогать** компаниям по всему миру реализовывать самые смелые идеи в области информационных технологий, автоматизировать отдельные участки бизнеса, сокращать операционные расходы, реализовывать стартап-идеи («Смарт АйТи»); Наша главная миссия – варить действительно вкусное пиво, которое будет соответствовать всем ожиданиям и запросам со стороны белорусского потребителя, инфинитив выступает в качестве части сказуемого («Бабруйскі Бровар»).

Во многих проанализированных текстах также можно наблюдать употребление деепричастных оборотов несовершенного вида: *Развивая технологии* — *создаем лучшее!* («ЛЛК — НАФТАН»); *Предоставить клиентам первоклассный сервис в wellness-сфере,* формируя постоянные полезные привычки и здоровый образ жизни для людей и их семей, а также корпоративных групп в дружелюбной эко-атмосфере. Стать главным центром оздоровительного отдыха в городе, обеспечивая исключительную методику,

эксклюзивные услуги, постоянные инновации, премиальное сервисное обслуживание («FALKON CLUB»); Лидерство на Белорусском рынке снэков за счет непрерывного расширения продуктовой линейки. Постоянно расширяя собственное производство и используя передовые технологии, мы создаем новые продукты, которые опережают в своем развитии не только белорусский, но и зарубежные рынки. (Онега)

Еще одной отличительной морфологической особенностью формулировок миссий белорусских компаний является частое употребление существительных в родительном падеже. Это можно наблюдать на примере миссии компании «МОТ»: Наша миссия — обеспечение благоприятных условий для привлечения локальных и иностранных инвестиций, введения новых и высоких технологий в производстве товаров и услуг, а также стимулирование экспорта и развитие импортозамещения. Еще один пример использования родительного падежа представлен в миссии компании «Белгосстрах»: Удовлетворение потребностей граждан и организаций Республики Беларусь в защите благосостояния путем предоставления качественных и доступных услуг страхования.

Следует отметить, что в текстах миссий белорусских компаний обычно не наблюдается обращение к клиенту. Адресат чаще всего не идентифицируется или выражается через третье лицо.

Рассматривая фонетические особенности формулировок миссий на русском языке, можно выделить частое повторение в предложениях некоторых звуков, например, звука [p]: Содействие трансферу технологий, разработанных как в республике, так и за рубежом для обеспечения устойчивого роста экономики страны и повышения конкурентоспособности белорусской промышленности и сельского хозяйства, методическое руководство центрами трансфера технологий в республике (РЦТТ); Наша миссия — обеспечить потребности белорусских предприятий в современной качественной электротехнической продукции, предоставляя готовые решения, отработанные нашей компанией (ООО «БИТ Электро»).

Подводя итоги проведенного исследования, можно заключить, что миссии белорусских компаний формулируются при помощи различных языковых средств, которые позволяют наиболее точно передать основную цель компании и смысл ее существования. В качестве рекомендации создателям текстов миссий можно указать, что для повышения привлекательности имиджа компании и привлечения внимании целевой аудитории в миссии следует как можно четче и понятнее описывать специфику деятельность компании. Но в то же время белорусским компаниям следует избегать слишком длинных и расплывчатых формулировок.

ЛИТЕРАТУРА

- 1. Котлер, Φ . Маркетинг от A до Я. 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер / Φ . отлер. М. : «Альпина Паблишер», 2012. 216 с.
- 2. *Виханский*, *О. С.* Стратегическое управление : учебник / О. С. Виханский. 2-е изд., перераб. и дополн. М.: Гардарики, 2005. 296 с.

3. *Коттер, Д.* Лидерство Мацуситы. Уроки выдающегося предпринимателя XX века. / Д. Коттер. – М.: Альпина Паблишер, 2011. – 256 с.

М. Г. Богова (МГЛУ, Минск, Беларусь)

ПОНЯТИЕ СЕМЬИ В АНГЛИЙСКОЙ И РУССКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРАХ (на примере паремий)

Термин *лингвокультура* — относительно новый в научном дискурсе, он имеет различные толкования, что определяется конкретными исследовательскими задачами. Принимая общую трактовку этого термина как всей совокупности массива информации культуры, получившего объективацию в языке, лингвокультуру можно рассматривать с точки зрения различных аспектов изучения культуры и языка. Так как паремиологическая картина мира является фрагментом языковой картины мира, представляется важным рассмотрение одного из таких аспектов — объективацию концепта «семья» в английских и русских паремиях.

Концепт определяется как основная единица национального менталитета, специфического индивидуального и группового способа мировосприятия и миропонимания, задаваемого совокупностью когнитивных и поведенческих стереотипов и установок, главной характеристикой концепта является особенность мышления и поведенческих реакций индивида или социальной группы. Феномен семья – многоаспектное, многогранное и сложное явление; в семантической структуре английских и русских пословиц и поговорок о семье отражены явления как высокого, так и более низкого порядка, которые в своей совокупности и формируют его. Помимо предметной отнесенности концепт включает в себя всю коммуникативно-значимую информацию. В семантический состав концепта входит также вся прагматическая информация языкового знака, связанная с его экспрессивной и иллокутивной функциями. Еще одним компонентом семантики языкового концепта являются смысловые характеристики языкового знака, связанные с его предназначением, национальным менталитетом и системой духовных ценностей носителей языка.

Лингвокультурный концепт «семья», являясь одним из общечеловеческих, присутствует во всех языковых культурах и имеет регулярную лексикализацию, т.е. в каждом языке представлен набор языковых средств, репрезентирующих анализируемое понятие. А. Вежбицкая рассматривает составляющие этого концепта в сравнении с английским языком на основе лексикографических данных и литературных произведений и, в частности, приходит к выводу, что «концепт «Родные» представляет важную категорию русской мысли <...> и определяется, в первую очередь, на экзистенциональной, а не на биологической или правовой основе» [1, с. 136].

А. Ш. Альбекова рассматривает термины родства с позиции теории семантических полей, отмечая, что в русском языке основную группу составляют лексемы: мать, отец, сын, дочь, муж, жена, сестра, брат, бабушка,

дедушка, внучка, внук, тетя, дядя, племянница, племянник, невестка, сноха, зять, теща, тесть, свекровь, свекор, сватья, сват, золовка, деверь, свояченица, шурин, свояк. Такая система фактически основана на понятии актуального брака, и предполагает априори, что брак заключен единственный раз. Однако к терминам родства и брачных отношений в русской культуре относятся и лексемы, связанные с вторичным браком, смертью одного из супругов, крещением и т.д.: тачеха, отчим, падчерица, пасынок, вдова, вдовец, кум, кума и др. [2]. Другие ученые (напр., [3]) подчеркивают, что представления о семье оказываются значительно шире, семья выступает как поликонстанта культуры, биологической и социальной природы человека.

Паремиологическому фонду принадлежит важная роль в сохранении этнического самосознания, культурной преемственности поколений, стабильности этнической традиции. Состав паремий включает загадки, поверья, суеверья, приметы, поговорки и пословицы, которые выполняют функцию «нравоучения» и могут претендовать на статус выразителей «народной мудрости» [4, с. 243]. Для рассмотрения презентации концепта «семья» был собран корпус из 200 фразеологизмов (по 100 для каждого языка), содержащих лексические единицы с терминами родства из ряда словарей [5–11].

Толковые словари дают разные определения понятия «семья», ср.: «группа людей, состоящая из мужа, жены, детей и других близких родвместе»; «группа людей, сплоченных ственников, живущих деятельностью, интересами, дружбой»; «группа живущих вместе близких родственников; перен. объединение людей, сплоченных общими интересами (высок.)»; «a group consisting of two parents and their children living together as a unit; a group of people related by blood or marriage»; «the children of a person or couple being discussed; all the descendants of a common ancestor; a group of peoples from a common stock»; «the basic unit in society traditionally consisting of two parents rearing their children also: any of various social units differing from but regarded as equivalent to the traditional family a single-parent family»; «spouse and children»; «a group of individuals living under one roof and usually under one head: household»; «a group of persons of common ancestry: clan»; «a people or group of peoples regarded as deriving from a common stock: race».

Лексико-семантическая характеристика семьи как группы людей или родственников, живущих вместе, совпадает во всех словарях. Дефиниция «группа людей, объединенных общей деятельностью» дается только в русских словарях. В свою очередь, только в английских словарях семья определяется как «супруги и дети» и указывается наличие общего предка или общее происхождение.

Гораздо больше различий обнаруживается в представлении о семье в русских и английских паремиях.

Так, в русских фразеологизмах семья может соотноситься <u>с образом</u> дома и его составляющими: крыша, стены, опора, печь (12 из 100 отобранных для анализа фразеологизмах = 12 %): **Семья** — **печка**: как холодно, все к ней собираются. В прилежном **доме** густо, а в ленивом доме пусто. **Дом** согре-

вает не печь, а любовь и согласие. Семья сильна, когда над ней **крыша** одна. Тому не о чем тужить, кто умеет **домом** жить.

В русских пословицах о семье также могут содержаться <u>названия членов</u> семьи (13 %): Любящая **мать** — душа семьи и украшение жизни. Богатую **невесту** беручи, да думай о том, как семью кормить. Все в семье спят, а **невестке** молоть велят. Если в семье живет **старец**, значит в семье есть драгоценность. Есть **дети** в семье — будут и радости.

В русскоязычной картине мира семья соотносится <u>с необходимостью</u> кормить ее членов (6%): В многодетной семье корка хлеба не черствеет. Густая каша семьи не разгонит. В семье и каша гуще.

Семья ассоциируется в проанализированных русскоязычных пословицах и с явлениями живой и неживой природы, в частности, с деревьями и цветами, а также птицами (5 %): Человек без семьи, что дерево без плодов. Семья без детей, что цветок без запаха. Дерево держится корнями, а человек семьей. Птицы в гнезде до осени, дети в семье до возраста.

В русской фразеологической картине мира семья может также соотноситься с предметами мебели (2%): В семье, где колыбель не качают, уюта не бывает. Семья — ключ к счастью. Она соотносится также с кухонной утварью (2 примера, или 2%), а именно, с горшком: Семейный горшок всегда кипит. Горшок на всю семью большой.

В остальных отобранных фразеологизмах (40 %) используется только <u>лексема семья</u>: Нет добра, коли в **семье** вражда. Кто стыдится своей **семьи**, тому не видать счастья.

В корпусе английских пословиц, посвященных семье, наибольшее количество высказываний содержит названия членов семьи по родству (52 %): **Husband** and **wife** live the same life. 'Муж и жена – одна сатана'; One **father** is more than a hundred schoolmasters. 'Один отец лучше, чем сто учителей.'; In the **husband** wisdom, in the **wife** gentleness. 'Муж – голова, жена – душа'.

Семья в англоязычной пословичной картине мира активно соотносится с объектами живой и неживой природы (13 %): One scabby sheep will mar a whole flock. 'Одна паршивая овца все стадо портит.' Birds in their little nests agree. 'Любовь да совет — так и горя нет.' The chip is equal to the wood. 'От осинки не родятся апельсинки'. A tree is known by its fruit. 'От яблони яблоко, от ели — шишка.'

В корпусе фактического материала используется только лексема family (9%): Other things may change us, but we start and end with family. 'Другие вещи могут менять нас, но начинаем и заканчиваем мы в семье.' Family that prays together stays together. 'Семья, в которой вместе молятся, всегда будет вместе'

В английских фразеологизмах семья может соотносится <u>с образом дома</u> <u>и его составляющими</u> (8%): Wedlock is a padlock. 'Женился — на век заложился.' A house divided against itself cannot stand. 'Не будет добра, коли меж своими вражда.'

В представлении носителей английского языка семья также сопоставляется с таким понятием, как $\underline{\text{брак }}(7\ \%)$: Where there's marriage without love, there will be love without marriage. 'Брак без любви чреват любовью вне брака.' Well-married, a man is winged: ill-matched, he is shackled. 'Удачно женившийся человек получает крылья, неудачно — кандалы.'

Для английских пословиц характерно обращение к понятию крови, кровной связи между членами семьи (3 %): We are linked by blood, and blood is memory without language. 'Мы связаны кровным родством и это память без слов.' Blood is thicker than water. 'Голос крови не заглушить'. An ounce of blood is worth more than a pound of friendship. 'Унция кровного родства дороже чем фунт дружбы'.

В корпусе проанализированных английских пословиц были отмечены примеры использования <u>имен собственных</u>, номинирующих членов семьи (2%): *Every Jack must have his Jill*. 'Всякая невеста для своего жениха родится.' *Jack is as good as Jill*. 'За хорошей женой и муж пригож.'

В англоязычной лингвокультуре семью представляют упоминанием частей тела (2%): What is bred in the bone will never come out of the flesh. 'Отец рыбак, и дети в воду глядят.' Man is the head of the family, woman the neck that turns the head. 'Мужчина — глава семьи, а женщина — шея, которая ею вертит.'

Представления о семье реализуются упоминанием предметов <u>одежды</u> (3%) и <u>кухонной утвари</u> (1%): The most master wears no **breech**. 'Главный не носит кальсоны'. Don't wash your dirty **linen** in public./Wash your dirty **linen** at home. 'Не выносить сор из избы'. Every family **cooking pot** has one black spot. 'В семье не без урода'.

Таблица Разница представленных в русских и английских паремиях понятия, с которыми соотносится семья

Понятие	Русские паремии, %	Английские
		паремии, %
Семья	4	9
Члены семьи	13	52
Дом и его составляющие	12	8
Объекты природы	5	13
Еда	6	_
Мебель	2	_
Брак	_	7
Кровь	_	3
Предметы одежды	_	3
Имена собственные	_	2
Организм		2
Кухонная утварь	2	1

Фразеологизмы различных лингвокультур отражают их ценностные ориентации, а семантическое наполнение о семье – репрезентируемые смыслы.

Во фразеологическом фонде русского языка достаточно широко представлены термины родства, прежде всего, самые основные и близкие между собой, кровные родственники – мать, отец, сын, дочь.

Мать как символ всего доброго и справедливого, как источник защиты и оберег, пословицы передают особое отношение к ней: *При солнце тепло,* а при матери добро. Сердце матери лучше солнца греет. Слепой щенок и тот к матери ползет. Мать праведна — ограда камена. Что материнской рукой дано, то впрок пойдет.

Мать — основа семьи и основа всего. Мать нужна с рождения и на протяжении всей жизни. В русских пословицах и поговорках именно мать выступает как источник заботы и создания комфорта, она противопоставляется мачехе, а иногда даже кормилице: *Мать кормилица, а кормилица не мать. Мачеха добра, да не мать родна*.

Образ матери ассоциируется с представлениями об эмоциональном тепле, внимании и заботе: Нет лучшего дружка, чем родная матушка. От солнышка тепло, от матушки добро. Даже если мать наказывает своего ребенка, то она делает это любя: Материны побои не болят. Мать и бия не бъет. В пословицах прослеживает мысль о том, что воспитание и забота оказываются важнее рождения: Не тот отец, мать, кто родил, а тот, кто вспоил, вскормил да добру научил.

«Материнская школа», по мнению носителей русского языка, важнее и основательнее отцовской: Какова матка, таковы и детки. Что мать в голову вобьет, того и отец не выбьет. Матери побои не болят. Мать и бия не бьет. В целом, в русских пословицах со словом мать, прежде всего, подчеркивается важнейшая роль матери в жизни каждого человека, о ней нельзя забывать ни при каких обстоятельствах: Жена для совета, теща для привета, а нет милей родной матери.

Отец представляется носителем русского языка как глава семьи, кормилец, воспитатель и образец для подражания. В русских пословицах отец часто представляется вместе с сыном, как своим продолжателем: *Каково дерево, таков и клин; каков батька, таков и сын. Дети крадут, отец прячет. Дети воруют, мать горюет.* Авторитет отца считается беспрекословным, что обусловлено доминированием в русской национальной культуре патриархата: *Не суйся наперед отца в петлю! Не лезь вперед батьки в пекло!*

Отец традиционно занимается воспитанием и наставлением детей на путь истинный, учит их жизни и житейским премудростям. Но дети не всегда послушны, они часто не воспринимают отцовские наставления: *Не слушался отца, послушаешься кнутца. Что мать в голову вобьет, того и отец не выбьет. Глупому сыну и родной отец ума не пришьет.*

Иногда в семье кто-то из детей становится полной противоположностью отца. В зависимости о того, какие качества приписываются отцу, пословица приобретает положительное или отрицательное значение: *И от доброго отца*

родится бешена овца. Бывает добрая овца и от беспутного отца. Бывает, что дети не оправдывают ожиданий отца: Отцам копить, а деткам сорить.

Случается, что родного отца может заменить абсолютно чужой человек: B дороге и ворога назовешь родным отцом. Поживешь – и Кузьму отцом назовешь.

Муж и жена в русской лингвокультуре представляются как единое, неделимое целое: *Муж и жена* — *одна сатана*. В отношениях между мужем и женой положительная оценка может приписываться чужим, а отрицательная — своим: *Чужая жена* — *лебедушка, а своя* — *полынь горькая. Чужой мужик/муж мил, да не век с ним жить, а свой постыл* — *волочиться с ним.* Последний фразеологизм можно объяснить тем фактом, что раньше замуж зачастую выдавали не по любви и согласию, а по договоренности между родителями молодых, не учитывая их желания.

Слово *сын* в русском пословичном фонде в большинстве случаев реализует значение 'будущий защитник семьи и кормилец', поэтому пословицы направлены на выявление этих качеств: *Сначала ты заботишься о сыне, потом, в старости, сын заботится о тебе*. Однако представлены и примеры отрицательного отношения сына к своим родителям: *Ради красного словца не пожалеет ни матери, ни отца*.

Отношения между **братьями** выставляются как плохие: *Брат брата за межу убил. Брат на брата – пуще супостата. Сам черт не брат кому-либо.* Это можно объяснить тем, что выйдя во взрослую жизнь, братья в прошлом были вынуждены соревноваться между собой за лучшую долю.

Дочь в русских пословицах показана как помощница матери или как та, которая в будущем уйдет из семьи и сменит отцовскую фамилию: Сына корми – себе пригодится; дочь корми – людям снадобится.

Тяжелое положение **невестки**, которая после свадьбы должна была покинуть родительский дом и жить вместе с семьей мужа, нашло отражение в русских пословицах: Все в семье спят, а невестке молоть велят. Кошку бьют, а невестке наветки дают. Кошку бьют, а невестка гляди да казнись. Пусть бы невестка и дура, только бы огонь пораньше дула! Рано невестка встала, да мало напряла.

В английских пословицах прослеживаются следующие основные лингвокультурные представления о семье. **Мужу** в семье принадлежит ведущая роль: *If the husband be not at home, there is nobody.* 'Если мужа нет дома, никого нет дома'. *The wrongs of a husband or master are not reproached.* 'Мужа и господина за пороки не бранят'. Выбор делается в пользу умного мужа: *I rather would a husband wed with a beetle brow than a beetle head.* – 'Лучше муж некрасивый, чем муж глупый'.

Важное значение имеет жена: A man without a wife is but half a man. 'Без жены мужчина только наполовину мужчина'. A good wife and health is a man's best wealth. 'Хорошая жена и здоровье — главное богатство мужчины'. Вместе с тем, были зафиксированы и противоположные по смыслу паремии о неважности жены; степень малозначимости варьируется от

констатации необходимости терпеть жену до объявления смерти жены как блага: Wives must be had, be they good or bad. 'Жены необходимы, хороши они или плохи'. He that has a wife, has strife. 'У кого есть жена, у того всегда вражда'. A dead wife is the best goods in a man's house. 'Мертвая жена — лучшее, что есть в доме мужчины'.

В английских паремиях прослеживается второстепенная по отношению к мужчине (мужу) роль жены в семье. Основная сфера деятельности, приписываемая жене — хозяйство: House goes mad when women gad. 'В доме все вверх дном, когда там нет женщины'. О необходимости повиновения мужу со стороны жены говорится в следующей пословице: It is a sad house where the hen crows louder than the cock. 'Грустно в доме, в котором курица кричит громче петуха'. С другой стороны, зафиксированы паремии, в которых провозглашается лидирующая роль жены в семье: He that has a wife has a master. 'У кого есть жена, у того есть господин'. The most master wears no breech. 'Главный не носит кальсоны'. The wife is the key of the house. 'Жена — ключ от дома'.

Согласно английской народной мудрости, **муж и жена** взаимодополняют друг друга, что находит отражение в следующих пословицах: *A good husband should be deaf and a good wife should be blind*. 'Хороший муж должен быть глухим, а хорошая жена слепой'. *Husband and wife have the same interests and views/Husband and wife live the same life*. 'Муж и жена – одна сатана'. *A deaf husband and a blind wife are always a happy couple*. 'Глухой муж и слепая жена всегда счастливая пара'.

Образ **матери** ассоциируется с такими понятиями, как «добро», «мудрость», «нежность»: *As is the mother, so is her daughter.* 'Яблоко от яблони недалеко падает'. *A mother's love is the best of all.* 'Материнская любовь – богатство'. *A mother's love never ages.* 'Материнская любовь никогда не стареет'.

Образ мужчины в английской лингвокультуре оказывается тесно связанным и с образом отца. **Отец** в английской картине мира выступает главой, которого должны слушаться остальные члены семьи: *Don't rush into hell before your father!/Do not rush, brother, to be ahead of your father!* 'Поперед батьки в пекло не лезь'. В пословицах указывается, что отец является образцом подражания: *Like father, like son.* 'Яблочко от яблоньки недалеко падает'.

Как и в русских пословицах упоминаются случаи, когда дети не оправдывают надежд родителей: *Many a good father has but a bad son*. 'В семье не без урода'. *A miserly father makes a prodigal son*. 'Отец накопил, а сын раструсил'.

В английских паремиях тоже упоминается **мачеха**, имплицируется негативное отношение к ней: *There are as many good stepmothers as white ravens*. 'Хороших мачех так же много, как и белых ворон'.

Указания на **сына и дочь** используются преимущественно в сочетании с таким событием в жизни, как брак: *Marry your daughter and eat fresh fish betimes*. 'Отдай замуж дочь и ешь свежую рыбу'. *Marry your son when you will, your daughter when you can*. 'Жени сына, когда захочешь, выдай замуж дочь, когда сможешь'.

В обоих языках в пословицах высказывается мысль о том, что в каждой семье могут быть проблемы: There is a black sheep in every flock./Every family cooking pot has one black spot. 'В семье не без урода./В семье не без паршивой овцы'; говорится о недопустимости плохо отзываться о своей семье, публично обсуждать семейные проблемы: It is an ill bird that fouls its own nest. 'Только больная птица хает свое гнездо'. Don't wash your dirty linen in public. 'Не стирайте грязное белье на публике./Не выноси сор из избы./Никакая сорока в свое гнездо не гадит'.

Таким образом, повторяющейся мыслью в пословицах сравниваемых лингвокультур является <u>утверждение о важности семьи</u> в целом, ее доминирующее положение в иерархии ценностей человека, несмотря на возможность наличия в ней проблем.

ЛИТЕРАТУРА

- 1. Вежбицкая, А. Понимание культур через посредство ключевых слов / А. Вежбицкая. М.: Языки славянской культуры, 2001. 288 с.
- 2. *Альбекова, А. Ш.* Семантическое поле терминов родства в русском языке [Электронный ресурс] / А. Ш. Альбекова // Филологические науки. Теоретические и методологические проблемы исследования языка. Режим доступа: http://www.rusnauka.com/11_NPE_2013/Philologia/3_132559. doc.htm Дата доступа: 10.11.2018.
- $3.\, \mathcal{L}$ обровольская, $E.\,B.\,$ Концептуализация семьи в русской языковой картине мира: дисс... канд. филолог. наук / $E.\,B.\,$ Добровольская. Томск, 2005.-198 с.
- 4. *Алефиренко*, *Н*. Ф. «Живое» слово. Проблемы функциональной лексикологии / Н. Ф. Алефиренко. М.: Флинта, 2009. 345 с.
- 5. Бирих, А. К. Словарь русской фразеологии. Историко-этимологический справочник / А. К. Бирих, В. М. Мокиенко. СПб. : Фолио-Пресс, 1998.-704 с.
- 6. Большой англо-русский фразеологический словарь / сост. А. В. Кунин. М.: Русский язык, 2014. 944 с.
- 7. *Булыко*, *А. Н.* Фразеологический словарь русского языка: Около 7000 фразеологизмов / А. Н. Булыко. Минск : Харвест, 2007. 448 с.
- 8. Farlex Dictionary of Idioms (FDI) [Electronic resource]. Mode of access: thefreedictionary.com. Date of access: 12.10.2018.
- 9. Merriam Webster Dictionary [Electronic resource]. Mode of access: https://www.merriam-webster.com/. Date of access: 12.10.2018.

- 10. Longman Dictionary of English Idioms. Longman Group Limited, 2013. 408 p.
- 11. Oxford Dictionary of English Idioms. Oxford University Press, 2009 [Electronic resource]. Mode of access: http://www.oxfordreference.com/view/10.1093/acref/9780199543793.001.0001/acref-9780199543793 Date of access: 17.11.2018.

Т. І. Гарановіч (МГЛУ, Мінск, Беларусь)

СТРУКТУРНА-СЕМАНТЫЧНЫЯ І ПРАГМАТЫЧНЫЯ АСАБЛІВАСЦІ АНГЛІЙСКІХ СІНТАКСІЧНЫХ ФРАЗЕАЛАГІЗМАЎ СА ЗНАЧЭННЕМ АДПАВЕДНАСЦІ І ПАДАБЕНСТВА

У англійскай мове на аснове парнага злучніка as... as будуюцца 2 сінтаксічныя фразеалагізмы — $as\ good\ a(n)\ N\ as\ any\ i\ as\ Adj\ a(n)\ N\ as\ any.$

Cінтаксічныя фразеалагізмы (далей — СФ) разглядаюцца намі на аснове прац Н. Ю. Шведавай [1] і А. В. Вялічка [2, 3] і трактуюцца як прэдыкатыўныя структуры, якія прадстаўляюць сабой мадэлі з абагульненым суб'ектыўна-мадальным значэннем і характарызуецца ідыяматычнасцю, узнаўляльнасцю, а таксама наяўнасцю ў іх складзе пастаянных і пераменных лексічных кампанентаў.

СФ as good a(n) N as any мае структуру апавядальнага сказа. У ролі пастаянных кампанентаў выступаюць парны злучнік as... as, прыметнік good і займеннік any, у ролі пераменнага кампанента — назоўнік, які ў мадэлі прадстаўлены літарай N.

СФ рэалізуецца ў 4 структурных варыянтах:

1) Subj + to be + as good a(n) N as any (+ даданыя члены):

The target and the man had walked away up a tree-lined road. It was as good a place as any. No cars parked in the road, no pedestrians (G. Seymour).

It is as good a theory as any to explain share price movements (The Times).

2) Subj + to be + as good as any N (+ даданыя члены):

But will you look at that boat's crew? Aren't they as good as any men? (E. Elgin)

This is as good as any reason to love curlews, Britain's biggest wading bird... (The Daily Post).

3) Subj + to be + as good as any (+ даданыя члены):

If you want a colloquial equivalent in English, Thickear might be as good as any (J. Percival).

England's players are **as good as any in the world** but they are stricken with fear playing at big tournaments (The Sun).

4) Subj + predicate + a(n) N + as good as any (+ даданыя члены)/Subj + predicate + as good + a(n) N + as any (+даданыя члены):

And yet, even though Alex gave a performance quite as good as any he had given in Taunton, he was not as good as Banks. The artifice showed (S. Brett).

If you feel you need an explanation for why the human race exists then this search provides as good an answer as any (BBC).

У СФ можна вылучыць 2 асноўныя структурныя часткі, якія звязваюцца пры дапамозе as... as. У першых 3 варыянтах першы кампанент СФ выконвае функцыю іменнай часткі выказніка, а другі — акалічнасці параўнання:

Can't tell you precisely what weapon, but my guess of a piece of lead piping wrapped in a sock is as good as any (J.R.L. Anderson), (as good – іменная частка выказніка, as any – акалічнасць параўнання).

У чацвертым структурным варыянце СФ першая частка выконвае функцыю дапаўнення, а другая – акалічнасці параўнання:

I love them because, at their best, parties can be fun and life-enhancing and provide as good an excuse as any to drink champagne (The Daily Telegraph) (as good an excuse – дапаўненне, as any – акалічнасць параўнання).

Паколькі ў аснове СФ ляжыць парны злучнік as... as. па структуры as good a(n) N as any з'яўляецца параўнаннем.

Для аналіза лагічнай структуры СФ як параўнання мы ўжываем тэрміналогію М. І. Канюшкевіч і вылучаем 4 к а м п а н е н т ы: 1) кампарант — тое, што параўноўваецца; 2) кампарат — тое, з чым робіцца параўнанне; 3) падставу — агульную прымету, на аснове якой параўноўваюцца кампарант і кампарат; 4) кампаратар — сродак выражэння кампаратыўных адносін паміж кампарантам і кампаратам [4].

Аналіз структуры СФ паказаў, што, акрамя падставы і кампаратара, якія з'яўляюцца пастаяннымі кампанентамі, ва ўсіх 4 варыянтах эксплікуецца кампарант. Кампарат выражаецца экспліцытна толькі ў другім структурным варыянце; у першым, трэцім і чацвертым варыянтах кампарат імплікуецца, але фармальна не выражаецца: It was as good a place as any (place); the country's young players are as good as any (players) in the world; Alex gave a performance quite as good as any (performance).

СФ as good a(n) N as any мае значэнне адпаведнасці кампаранта асераднёнаму стандарту яго класа, пры гэтым адпаведнасць, згодна з «Тлумачальным слоўнікам беларускай мовы», мы разумеем як раўназначнасць, раўнацэннасць [5]:

'Do you think Sunday's a good day to go?' Irene placed a rack of toast on the table. 'It's as good as any,' said Juliet' (A. Grey), 'нядзеля падыходзіць не горш, чым любы іншы дзень'

Joey Barton has claimed he is **as good as any English midfielder**, revealed a burning determination to revive his international career and urged Fabio Capello to make the national side a true meritocracy (The Guardian), 'ён нічым не саступае любому іншаму паўабаронцы'.

Для карэктнага разумення абагульненага значэння СФ важна звярнуць увагу на тое, што пастаянны кампанент *good* ужываецца не ў сваім асноўным значэнні 'добры', а з семантыкай 'адпаведны, прымальны'. Такім чынам, *he is as good as any English midfielder* указвае менавіта на адпаведнасць канкрэтнага футбаліста агульнаму ўзроўню яго калег, але не на тое, што ўсе паўабаронцы добрыя, высокага класа.

Наша дэфініцыя значэння СФ карэлюе з яго трактоўкай у англамоўных крыніцах: згодна са слоўнікам выдавецтва «Макміллан», as good a(n) N as any значыць 'не вельмі добры, але не горшы, чым любы іншы' [6], а паводле слоўніка выдавецтва «Лонгман» — 'не дасканалы, але, верагодна, лепшага не будзе' [7].

Лагічную структуру СФ *as good a(n) N as апу* можна прадставіць формулай $A-\mathit{гэт}$ а *такое ж B, як усе B,* дзе $A-\mathit{гэт}$ а кампарант, а $B-\mathit{кам}$ кампарат.

Аднак у залежнасці ад лексічнага напаўнення пераменных кампанентаў форма СФ у двух першых структурных варыянтах не заўсёды супадае з яго лагічнай структурай і можа абазначацца наступнымі формуламі:

1) А – гэта такое ж В, як усе В.

Кампарант і кампарат абазначаюцца рознымі лексічнымі адзінкамі, пры гэтым асоба або аб'ект у пазіцыі A належыць да класа B. Форма СФ супадае з яго лагічнай структурай, а СФ не толькі канстатуе адпаведнасць кампаранта яго класу, але і ўсталёўвае ў сваёй рэматычная частцы прыналежнасць кампаранта да класа кампарата:

When I reached the Old Street roundabout, it was time to pick an ultimate destination — which basically meant choosing somewhere to stay for the night. St James's Park, famous for its bird-life, would be as good a place as any (M. Falk), 'парк Сэнт-Джэймс (A) — гэта месца ў горадзе (B), і яно такое ж адпаведнае, як любое іншае месца ў горадзе (B)'.

West Brom's Joleon Lescott believes Manchester City's Sergio Aguero is as good as any striker in world football (BBC), 'Серхіа Агуэра (A) — гэта нападаючы (B), і ён не горшы, чым любы іншы нападаючы у свеце (B)'.

2) $A - \Gamma$ эта такое ж A, як усе A.

Кампарант і кампарат абазначаюцца аднолькавымі лексічнымі адзінкамі, таму форма СФ не супадае з яго лагічнай структурай. Прыналежнасць кампаранта да класа кампарата прадстаўлена ў тэме выказвання і выступае як дадзеная інфармацыя. Такім чынам, СФ толькі канстатуе адпаведнасць кампаранта яго класу, пры гэтым кампарат імплікуецца, але фармальна не выражаецца:

'I suppose this room is as good as any other,' she said with a deliberate lack of enthusiasm (J. Mansell), 'гэты пакой (A) такі ж адпаведны, як любы іншы пакой (A)'.

But that was 2003. Three's coverage is now as good as any (The Times), 'пакрыццё Тройкі (A) не горш за пакрыццё любога іншага канала (A)'.

У выпадках, калі кампарант і кампарат належаць да розных класаў асоб/аб'ектаў, мадэль выражае не адпаведнасць, але падабенства, якое, згодна з «Тлумачальным слоўнікам беларускай мовы», мы разумеем як наяўнасць агульных ці падобных рыс [5]. Пастаянны кампанент *good* у такіх структурах выступае ў сваім першым і асноўным значэнні — 'добры':

Army food might once have been something of a joke, but certainly not any more. The standards are as good as any first class hotel (M. Dewar), 'apмія (A) — гэта не гатэль (B), але якасць харчавання ў войску такая ж добрая, як у першакласным гатэлі'.

Men won't ever be able to sit on us women again, when this war's over. Lilith's as good as any man (E. Elgin), 'Ліліт (A) не мужчына (B), але яна не горш, чым любы мужчына (B), роўная яму'.

Яшчэ адна істотная асаблівасць семантыкі СФ as good a(n) N as any звязана з падставай параўнання: з аднаго боку, яна відавочна, таму што фармальна выражана пастянным кампанентам good; з другога боку, good толькі канстатуе адпаведнасць кампаранта яго класу, але не называе крытэрыя, паводле якога гэта адпаведнасць выяўляецца: у СФ не эксплікуецца, у чым A адпавядае B.

Яшчэ адзін англійскі СФ, які будуецца на аснове парнага злучніка as... as. – гэта мадэль as Adj a(n) N as any з такімі ж структурнымі варыянтамі, як і папярэдні СФ.

У ролі пастаянных кампанентаў выступаюць парны злучнік as... as і займеннік any, у ролі пераменных кампанентаў — назоўнік, які ў мадэлі прадстаўлены літарай N, і прыметнік, які ў мадэлі абазначаецца як Adj.

СФ мадэлі as $Adj \ a(n) \ N$ as any мае 2 значэнні:

1) адпаведнасць асобы або прадмета характарыстыкам іх класа:

This war is as important as any war we have fought before (The Independent), 'гэта вайна такая ж важная, як любая іншая вайна, якая ў нас была'.

The company can mend its ways and make cars as reliable as any of its competitors... (The Daily Telegraph), 'машыны гэтай кампаніі могуць быць такімі ж надзейнымі, як і любога іншага вытворцы'.

2) падабенства асобы або прадмета аднаго класа да асоб або прадметаў іншага класа:

She saw him glance at her gracefully curved female body, as beautiful as any fashion model's; but there was no appraisal of her beauty in his eyes (P. Falconer), 'яна не мадэль, але яе цела было такое ж прыгожае, як у любой мадэлі'.

Originally from Atlanta, Smit has spent the last year scouting vintage shops, salvation army stores and the attics of her friends' grandmothers, all over the world, to seek out glorious pieces of fashion history that are as desirable as any high designer label (Vogue), 'гэтыя рэчы не створаны дарагімі дызайнерамі, аднак яны такія ж запатрабаваныя, як і вырабы прэстыжных марак'.

Прыметнік у структуры СФ выконвае 2 функцыі:

1) эксплікуе падставу параўнання:

Investors face a geopolitical situation as dangerous as any since WW2 (The Daily Telegraph), 'па сваёй небяспечнасці гэта геапалітычная сітуацыя падобна да любой іншай сітуацыі пасля Другой сусветнай вайны' (падстава параўнання – небяспечнасць);

2) эксплікуе сему ацэнкі, якая ў залежнасці ад лексічнага напаўнення пераменнага кампанента можа быць:

а) станоўчай:

Jacqui was as beautiful as any film star (P. Falconer).

Of the 200 wins he has overseen during nearly 10 years in charge at the club, this must have been as pleasing as any (The Times);

б) нейтральнай:

The Cabinet changes of September 1981 were as extensive as any made in the Thatcher years of Government (N. Fowler).

We stayed for lunch – a chicken and golden onion tagine – then headed west, cross-country, along valleys as green as any shire... (The Daily Telegraph);

в) негатыўнай:

They're clever and devious and dramatic. Oh, they're as violent as any other terrorists, and they like to shock (G. Cross).

There are blocks as ugly as any built in England in the 1960s, though unlike their English equivalents they've been very well looked after (MSN).

Прагматычная спецыфіка СФ абумоўлена двума фактарамі:

- 1) СФ прадстаўляе сабой апавядальны сказ і перадае меркаванне дэкларатыўным спосабам. СФ сцвярджае адпаведнасць кампаранта асераднёнаму стандарту яго класа або падабенства да асоб або прадметаў іншага класа, прадстаўляе адпаведнасць/падабенства як дадзенасць.
- 2) СФ мае структуру параўнання, якое служыць сродкам пераканання ў прымальнасці кампаранта: кампарант не горшы, чым асобы/аб'екты яго класа, адпавядае ім і таму з'яўляецца прымальным. Паколькі ўсё ў свеце адносна і ўспрымаецца з пэўнага пункту гледжання, вывады параўнання таксама залежаць ад сістэмы адліку, у нашым выпадку ад кампарата. Напрыклад, у параўнанні з чарапахай чалавек рухаецца хутка, а ў параўнанні з аўтамабілем павольна. Гэта значыць, што ацэнка A можа быць адной ў параўнанні з B і іншай у параўнанні з C. У СФ as good a(n) N as any перакананне ў прымальнасці кампаранта дасягаецца тым, што структурай задаецца адпаведны кампарат: калі б мы параўноўвалі кампарант з нашым уяўленнем пра яго ідэал, ён, верагодна, прайграваў бы кампарату, наша ацэнка была б негатыўнай; калі ж кампарант параўноўваецца з тыповым прадстаўніком свайго класа, ён прадстаўляецца не горшым, чым усе іншыя, што падводзіць да вываду аб яго прымальнасці.

На аснове аналізу структурных, семантычных і прагматычных асаблівасцей англійскіх сінтаксічных фразеалагізмаў са абагульненым значэннем адпаведнасці і падабенства можна зрабіць наступныя вывады:

- 1. СФ маюць структуру апавядальнага сказа, складаюцца з пастаянных і пераменных кампанентаў і рэалізуюцца ў 4 структурных варыянтах.
- 2. У складзе СФ вылучаюцца 2 асноўныя структурныя часткі, якія звязваюцца злучнікам as... as. У сказе першая частка выконвае функцыю іменнай часткі выказніка або дапаўнення, другая частка акалічнасці параўнання.

- 3. Па форме і па лагічнай структуры СФ з'яўляюцца параўнаннямі, пры гэтым кампарант эксплікуецца ва ўсіх структурных варыянтах, а кампарат толькі ў другім.
- 4. У залежнасці ад лексічнага напаўнення пераменных кампанентаў СФ выражаюць а) адпаведнасць асобы або прадмета асераднёнаму стандарту іх класа; б) падабенства асобы або прадмета аднаго класа да асоб або прадметаў іншага класа. Значэнне двух першых структурных варыянтаў СФ таксама можа ўключаць сему канстатацыі прыналежнасці кампаранта да класа кампарата.
- 5. Падстава параўнання ў СФ as good a(n) N as any фармальна выражана пастянным кампанентам, аднак не ўказвае дакладнага крытэрыя, паводле якога праводзіцца параўнанне. У СФ as $Adj\ a(n)$ N as any падстава параўнання выражаецца пераменным кампанентам і эксплікуе сему ацэнкі.
- 6. СФ as good a(n) N as any выступае як структура, якая з ацэнкай не суадносіцца. СФ as Adj a(n) N as any у залежнасці ад лексічнага напаўнення пераменнага кампанента Adj выражае адпаведнасць стандарту/падабенства як станоўчую, нейтральную або негатыўную ацэнку.
- 7. Прагматычная спецыфіка СФ абумоўлена, па-першае, тыпам сказа, які служыць сродкам сцвярджэння адпаведнасці або падабенства як дадзенасці, а па-другое, структурай параўнання, якое выступае як сродак пераканання.

ЛІТАРАТУРА

- 1. Русская грамматика. Том II. Синтаксис. Редкол.: Н. Ю. Шведова [и др.] М.: Наука, 1980. 709 с.
- $2.\ Bеличко,\ A.\ B.\ Предложения фразеологизированной структуры в русском языке: автореф. дис. докт. филол. наук: <math>10.02.01\ /\ A.\ B.\ Величко.\ -\ Нижний Новгород, 2017.\ -41\ c.$
- 3. *Величко*, *А. В.* Когда есть о чем поговорить, или предложения фразеологизированной структуры в русской речи: учебное пособие для иностранных учащихся / А. В. Величко. СПб. : Златоуст, 2016. 188 с.
- 4. Конюшкевич, М. И. На шкале сходств и различий: категория сравнения в русском и белорусском языках: монография / М. И. Конюшкевич. Гродно: ГрГУ, 2018.-435 с.
- 5. Тлумачальны слоўнік беларускай літаратурнай мовы / уклад. : І. Л. Капылоў [і інш.] ; пад рэд. І. Л. Капылова. Мінск : Беларуская Энцыкладепыя імя Петруся Броўкі, 2016. 968 с.
- 6. Macmillan Dictionary [Electronic resource]. Mode of access: https://www.macmillandictionary.com/dictionary/british/as-good-a-time-place-etc-as-any. Date of access: 15.12.2018.
- 7. Longman Dictionary of Contemporary English [Electronic resource]. Mode of access: https://www.ldoceonline.com/dictionary/as-good-a-time-place-etc-as-any. Date of access: 15.12.2018.

Е. В. Жигалко (МГЛУ, Минск, Беларусь)

ТАКТИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ ПОЗИТИВНООЦЕНОЧНЫХ ВЫСКАЗЫВАНИЙ В РЕЧЕВОМ КОНФЛИКТЕ

Умение успешно организовать речевое взаимодействие, преодолевать либо предотвращать дисгармонию в общении является одной из важнейших компетенций специалистов, в том числе обеспечивающих межкультурную коммуникацию. Это объясняет большой интерес современной лингвопрагматики к различным аспектам речевого конфликта. *Речевой конфликт* рассматривается как коммуникативное событие, в котором «происходит столкновение двух сторон (участников конфликта) по поводу разногласия интересов, целей, взглядов и под., в результате чего одна из сторон (или обе стороны) предпринимают речевые действия, направленные против интересов партнера по коммуникации» [1, с. 20].

В фокусе внимания исследователей оказываются различные аспекты данного феномена, в том числе его основные лингвопрагматические характеристики, типология речевых конфликтов, модели их развития, тактики нейтрализации конфликтов и др. Одной из наиболее важных исследовательских задач является изучение конфликтогенов, т. е. тех языковых средств и речевых действий, которые способны «привести к конфликту, вызывают возмущение, ярость, злость и другие отрицательные эмоциональные состояния» [2, с. 289]. При этом большинство лингвистов сходятся на том мнении, что конфликтогенные свойства наиболее присущи инвективной и негативной оценочной лексике, и, соответственно, анализируют преимущественно конструкции с негативнооценочной семантикой [3; 4; 5].

Однако, на наш взгляд, позитивная оценка способна не в меньшей степени влиять на ход конфликта; поэтому в данной статье мы поставили перед собой задачу определить, какую роль в конфликтном взаимодействии играют позитивнооценочные высказывания. Позитивнооценочные высказывания мы понимаем как тип речевых действий, основанных на одобрении в широком смысле слова [6, с. 167].

Из современных произведений русской художественной литературы для анализа было отобрано 18 конфликтных диалогов, включающих 80 позитивнооценочных высказываний.

Как показал наш анализ, **объектом** позитивной оценки в ходе конфликтного взаимодействия могут выступать:

• партнер по коммуникации, т.е. адресат:

Макарска. Васенька, ты меня любишь?

Васенька. Я?!

Макарска. Любишь. Что-то плохо ты меня любишь. Я тут в кофте стою, замерзла, устала, а ты?.. Ну пусти, пусти...

Васенька (сдается). Ты замерзла?..

Макарская (открывая ключом дверь). Ну вот... **Умница** (А. В. Вампилов «Старший сын»);

• сам говорящий:

Валера. Дура и есть дура.

Татьяна. *Наобором, я очень даже не дура* (Л.С. Петрушевская. «Три девушки в голубом»);

• третье лицо (третьи лица), которое, как правило, является предметом конфликта:

Кузаков. Галка!..

Галина. Да?

Кузаков. Что это такое?

Галина. Что?

Кузаков. Все.

Галина. *Что именно. Не понимаю. Тебе не нравятся мои друзья? Напрасно. Они чудесные люди* (А. В. Вампилов «Утиная охота»).

Используя позитивнооценочные высказывания в речевом конфликте, говорящий реализует свои интенции с помощью ряда тактик.

Рассмотрим эти тактики подробнее.

• Комплимент, являясь эмоционально-настраивающей тактикой, реализуется говорящим с целью поддержать хорошие отношения, сообщить о своих добрых чувствах, о своей благосклонности к адресату [7, с. 178].

Репникова. Для удобства. И чтобы хоть чем-нибудь питать свое тщеславие. Гением ты можешь выглядеть только рядом с такой дурой, как я... Что я такое, ты не скажешь? Пока она училась в школе, я была членом родительского комитета. Теперь она выросла, кто я теперь?

Репников *(не сразу)*. **Ты жена ученого, ты действительно хорошая жена.** Разве этого мало? (А. В. Вампилов «Прощание в июне»).

• Тактика похвалы, в отличие от комплимента, «предполагает определенное воздействие на собеседника, стимулирует его активную деятельность» [8, с. 37].

Маша. Так как насчет шубы?

Игорь. Разберусь с заводом. Прижучу гегемонов. Пойдут инвестиции. Получишь свою щипаную норку. Даже-даже!

Маша. Клянись!

Игорь. Век прибавочной стоимости не видать!

Маша. Ладно. Если без этого нельзя сохранить нашу семью, я попробую...

Игорь. **Молодец, Машка!** (Целует жену.) Ты даже не представляешь, как мы теперь заживем! Улыбнись — это не страшно! (Ю. М. Поляков «Хомо эректус, или обмен женами»).

Данная тактика, по нашим наблюдениям, используется, как правило, на этапе завершения конфликтного взаимодействия.

• Тактика иронии:

— Отмечаешь что-то? — миролюбиво спросила она, присаживаясь за стол напротив мужа.

Хохол с каким-то даже вызовом приложился к горлышку бутылки и опорожнил ее до дна.

- Молодец, дорогой. Красиво бухаешь.
- Молчи лучше, предостерегающе произнес Женька абсолютно трезвым голосом, не доводи до греха (М. Крамер «Визит с того света или деньги решают не все»).

Ирония является тактикой с инвертированным оценочным знаком; это означает, что формально говорящий использует позитивнооценочные языковые единицы, но имплицирует при этом негативнооценочные смыслы.

Любопытно, что данный прием может поочередно использоваться обоими участниками коммуникации и конституировать довольно протяженные конфликтные фрагменты, отражающие специфическую разновидность языковой игры:

- Сто лет мечтал тебя увидеть!
- **Мечты сбываются, дорогой,** ты не знал? проглотила обиду ведьма.
- **Некоторым мечтам лучше бы так и остаться неисполненными**, буркнул он, ну, не стой, проходи, раз уж нет возможности обратно тебя отправить.
- **Гостеприимный ты, Джек**! фыркнула Ветка, сбрасывая шубку. **Ничего, потерпи, я ненадолго.**
 - **Надеюсь**! бросил Хохол, помогая Марине стянуть сапоги.

Коваль легонько стукнула его по спине, но он только мотнул головой и сразу ушел в спальню, сославшись на недомогание (М. Крамер «Визит с того света или деньги решают не все»).

- Тактика самооправдания реализуется, как правило, в качестве реакции на порицание, выражает несогласие с негативной оценкой и сопровождается мотивировочными компонентами, ср. контекст, в котором объектом оценки выступает третье лицо:
- ${\rm H}\,{\rm u}\,{\rm h}\,{\rm a}\,.$ A дело в том, что «мармарошскими алмазами» называются подделки из хрусталя...
 - Олег. Подумаешь, у Лермонтова львица ходит с гривой. И ничего.
- Нина. Мне жаль твою жену. Бедная дурочка! Ты ей, случайно, про изменный фонд не рассказывал?
- Олег. Нет, за кого ты меня принимаешь! **И она не дурочка. Она очень тонкая, умная и порядочная женщина! Я ее год добивался.** Не то что тебя!
- Нина. *Надеюсь*, эта тонкая, умная и порядочная женщина от тебя скоро сбежит (Ю. М. Поляков «Левая грудь Афродиты»).

Позитивнооценочные высказывания в речевом конфликте, на первый взгляд, призваны нейтрализовать противоречия между собеседниками, поскольку их использование непосредственно соотносится со сформулирован-

ными Дж. Личем «максимой одобрения» (минимально выражай неодобрение по отношению к другому) и «максимой симпатии» (своди к минимуму антипатию между собой и собеседником) [9, р. 136]:

- Женя... прости меня. Я на самом деле встречалась с человеком по делу. Это не Стивен, я уже даже не помню, как он выглядит.
- Быстро, усмехнулся он, обнимая ее обеими руками и усаживая на колени.
- Ты ведь знаешь когда человек ничего для меня не значит, я не особенно переживаю разрыв. Марина поцеловала его и пальцем разгладила сошедшиеся к переносице брови: **Ну, родной мой... ты ведь самый лучший, никого не нужно больше...** (М. Крамер «Визит с того света или деньги решают не все»).

Однако нередки случаи, когда с помощью позитивнооценочных высказываний достигается обратный эффект, т.е. речевое взаимодействие развивается по конфликтной модели. Естественно, такой эффект является прогнозируемым в случае использования иронических позитивнооценочных высказываний:

Гена. Не так. Это ты, Юра, обо все всем пожалеешь. И очень сильно. Я тебе все припомню. И Кольку в том числе.

Юра. Эх ты, про Кольку вспомнила? Молодец, уважаю.

 Γ е н а. Вспомнила. Я его каждый день, Юра, вспоминаю. Он мне простит. А вот ты за все получишь, по полной получишь.

Юра. Здорово ты все на меня перевела. Знаешь, что? Вали отсюда.

Гена. Да уж не останусь (В. Е. Дурненков «Экспонаты»).

Но, как показывают наши наблюдения, подобный коммуникативный эффект возможен и в других контекстах.

Говорящий, стремясь с помощью позитивноценочных высказываний создать более благоприятную атмосферу общения, не всегда достигает иллокутивной цели. Адресат может расценить такие речевые действия как неуместные в данной коммуникативной ситуации, ср. контекст, в котором говорящий неудачно реализовал тактику комплимента и вызвал отрицательную эмоциональную реакцию собеседницы:

—Я вам помогу, — с готовностью откликнулся Барин, снимая с крючка рукавички из толстого сукна. — Женщина с такими руками не должна таскать горячие тяжелые противни. Я вам, кстати, еще с утра хотел сказать, да все случая подходящего не было. У вас удивительно красивые руки, Анастасия Павловна.

Настя с удивлением посмотрела на начальника, потом перевела глаза на свои руки.

- Вы что, ухаживаете за мной? спросила она.
- Почему вас это удивляет? Разве другие мужчины за вами не ухаживают?

Настя с неудовольствием подумала, что Барин прибегает к старым дешевым приемам, а у нее нет практики, она к таким ситуациям не оченьто привычна (А.Б. Маринина «Мужские игры»).

Кроме того, детонатором конфликта может послужить также неискренность говорящего, ср. следующий контекст, в котором жена, не желая провоцировать возникновение и развитие конфликта, использует ряд позитивнооценочных суждений, очевидно не соответствующих ее реальному мнению. Именно это расхождение между истинным отношением говорящего к ситуации и его словами побуждает адресата настаивать на развитии затронутой темы и обусловливает потенциально конфликтное продолжение диалога:

Репников. Я тебя не понимаю.

Репникова. Что тут непонятного. У них так, у нас по-другому.

Репников. У нас? (Осторожно.) Что у нас?..

Репникова. У нас все прекрасно.

Репников. *Тогда в чем дело? Изволь объясниться*. Что, интересно, тебе не нравится?

Репникова. *Ладно, мне все нравится*... *Садись наконец за стол,* пока все окончательно не остыло.

Репников. *Нет! Не сяду до тех пор, пока не узнаю, на что ты намекаешь.* (Усаживается.)

Репникова. Успокойся. **Ты** лучший муж в городе... **А я... Я хорошая** жена... Ешь... Говорю тебе, у нас все прекрасно. Живем душа в душу. Все мне завидуют.

Репников. *Так...* (Поднимается из-за стола.) Признаться, в последнее время я ожидал от тебя какой-нибудь глупости... (А. В. Вампилов «Прощание в июне»).

Обобщая вышесказанное, можно утверждать, что позитивнооценочные высказывания используются в конфликтном диалоге как в кооперативных, так и в конфронтационных тактиках. При этом даже кооперативное использование позитивной оценки не всегда позволяет нейтрализовать конфликт и даже, напротив, может послужить его интенсификатором.

ЛИТЕРАТУРА

- 1. *Чиркун*, *А. Б.* Вербальные и невербальные средства нейтрализации речевого конфликта: на материале испанского и русского языков : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19 / А. Б. Чиркун. Минск, 2009. 121 л.
- 2. Конфликтология : учебник / А. Я. Кибанов [и др.] ; под ред. А. Я. Кибанова. 2-е изд., перераб. и доп. М. : ИНФРА-М, 2007. 302 с.
- 3. *Третьякова В. С.* Речевая коммуникация : гармония и конфликт : моногр. / В. С. Третьякова. Екатеринбург : Изд-во ГОУ ВПО «Рос. гос. проф.-пед. ун-т», 2009. 231 с.

- 4. *Белоус*, *H*. *A*. Конфликтный дискурс в коммуникативном пространстве: семантические и прагматические аспекты : автореф. дис. ... д-ра филол. наук : 10.02.19. / Н. А. Белоус ; Кубан. гос. ун-т. Краснодар, 2008. 48 с.
- 5. Волкова, О. С. Прагмалингвистические особенности межличностного общения в коммуникативной ситуации «бытовой конфликт» (на материале английского языка): автореф. дис. ... на соиск. учен. степ. канд. филол. наук.: 10.02.04 / О. С. Волкова; Волгоград. гос. ун-т. Волгоград, 2009. 29 с.
- 6. Вольф, E.M. Функциональная семантика оценки / E. М. Вольф. M.: Наука, 1985. 230 с.
- 7. *Иссерс*, *O*. *C*. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О. С. Иссерс. -5-е изд. М. : Изд-во ЛКИ, 2008. -288 с.
- 8. *Бигунова*, *Н. А.* Одобрение, похвала, комплимент и лесть в теории речевых актов [Электронный ресурс] / Н. А. Бигунова // Записки з романогерманської філології. 2015. вип. 2 (35). Режим доступа: http://doc-player.ru/73718685-Odobrenie-pohvala-kompliment-i-lest-v-teorii-rechevyh-aktov.html. Дата доступа: 15.04.2019.
 - 9. Leech, G. N. Principles of Pragmatics. London, 1983. 323 p.

Е. Г. Задворная, О. С. Рыбчинская (МГЛУ, Минск, Беларусь)

КОМБИНИРОВАННЫЕ МЕТАКОММУНИКАТИВНЫЕ ДЕЙСТВИЯ В НАУЧНОМ ДИАЛОГЕ

Метакоммуникативные речевые действия, или метакоммуникативные речевые ходы (далее – МКХ), играют существенную роль в организации коммуникативного взаимодействия и отличаются впечатляющим разнообразием. Не случайно построение их классификации традиционно представляет собой одну из наиболее сложных задач в этой области, решение которой приводит к неоднозначным и неединообразным результатам. Так, в современной лингвопрагматике представлены типологии МКХ, включающие от трех до более чем тридцати их разновидностей, выделяемых на основании широкого диапазона критериев, и получены интересные данные об особенностях их функционирования в различных коммуникативных сферах (особенно в разговорной, политической и интернет-коммуникации, см., например, коллективную монографию [1], а также работы [2; 3; 4; 5; 6; 7] и мн. др.). При этом важно отметить, что одним из наименее изученных аспектов функционирования МКХ являются, условно говоря, их сочетаемостные характеристики, т.е. тенденции комбинирования МКХ в рамках одного коммуникативного фрагмента.

Необходимо сразу подчеркнуть, что тенденции комбинированного употребления МКХ существенно зависят от типа диалога, в котором они функционируют. Так, например, для обыденно-разговорного диалога использование более или менее сложных комбинаций МКХ в принципе нехарактерно: спонтанность, непринужденность, минимальная коммуникативная дистанция, режим дробного реплицирования, присущие устному диалогическому взаимодействию, предполагает скорее упрощенный формат использования МКХ, ср. характерный диалогический фрагмент, практически полностью состоящий из МКХ, не образующих при этом комбинаций в рамках одной реплики:

- (1) Что с тобой? спросила жена.
- Тебе сказать правду или соврать?
- Правду, не думая сказала жена.
- -*А может, не стоит? предупредил он.*
- -Я жду. <...>
- Почему ты молчишь?
- -A что я должен сказать? (В. Токарева «Груда камней голубых»).

Несколько иначе МКХ функционируют в институциональном (в частности, научном) диалоге, где реплицирование носит укрупненный характер, а участники не только более развернуто и обстоятельно фиксируют содержательную сторону своих позиций, но и более подробно и тщательно комментируют свое речевое поведение и речевое поведение собеседника (собеседников). В силу этого для институционального диалога характерна тенденция к комбинированному употреблению МКХ, т. е. использованию двух, трех и даже более метакоммуникативных конструкций в рамках одной реплики, что приводит к порождению своеобразных метакоммуникативных минитекстов, ср. показательный фрагмент из научной дискуссии¹:

(2) А: Прошу прощения за такой чрезмерно длинный ответ, я, можно сказать, излил душу, рассказал откровенно, откуда что берется. И в то же время рассказал кратко, потому что работа длилась восемь лет (здесь и далее в начале реплики указывается коммуникативная роль участника научного диалога: А – аргументатор, который в полемической и/или вопросно-ответной части диалога, как правило, выполняет роль отвечающего; О – оппонент, или, соответственно, спрашивающий; М – медиатор).

В приведенном небольшом фрагменте мы наблюдаем высокую концентрацию МКХ разных типов: в нем представлены, во-первых, два МКХ, комментирующих количественные параметры коммуникации: а) длинный ответ, б) рассказал кратко); во-вторых, МКХ, ориентированный на параметр качества (рассказал откровенно); в-третьих, фиксируются метакоммуникативные конструкции речеэтикетного и эмоционального типов (прощу прощения, излил душу). Кроме того, необходимо отметить, что сами эти компоненты носят полифункциональный характер и вступают между собой в разнообразные отношения. Так, компонент 'чрезмерно длинный ответ', фиксируя количественный аспект коммуникации, одновременно благодаря наличию интенсификатора чрезмерно выполняет и оценочную функцию, компонент 'излил душу' одновременно и представляет собой эмоциональный

¹ Материалом для анализа послужили размещенные на сайте polit.ru стенограммы публичных лекций, прочитанные ведущими российскими ученых, и их обсуждений.

комментарий, и выполняет роль мотивировочного компонента, объясняющего избыточную (с точки зрения говорящего) развернутость комментируемой реплики.

Аналогичную по степени сложности ситуацию можно наблюдать и в следующих фрагментах научных дискуссий, которые отличаются не только высокой степенью насыщенности МКХ, но и выраженной семантикопрагматической вариативностью (в плане возможности включения в подобные метакоммуникативные мини-тексты ходов самых разных типов), ср.:

- (3) Вопрос напоследок, может быть, идиотский. Я хочу утрировать, чтобы лучше понять... Правильно ли я понял, что... (оценка последующего интеррогатива; мотивировочный компонент; МКХ, направленный на мониторинг понимания);
- (4) Мы сильно перевалили за девять. Поэтому оставшимся предлагаю все формулировать коротко и в виде не вопросов, а в виде отношения к происходящему (комментарий темпоральной координаты коммуникативной ситуации (одновременно выступает в роли мотивировочного компонента); МКХ, ориентированный на количественные параметры; МКХ, определяющий иллокутивные характеристики потенциальных речевых действий).

Приведенные наблюдения побуждают задуматься о тех факторах коммуникативно-прагматического контекста, которые способны обусловливать подобное повышение метакоммуникативной плотности на тех или иных участках диалога. Как представляется, в роли таких факторов могут выступать следующие особенности институционального диалога.

1. Тип коммуникативного действия, получающего усложненное метакоммуникативное сопровождение.

В принципе достаточно развернутыми метакоммуникативными комментариями может сопровождаться любое речевое действие (утверждение, выражение согласия, выражение несогласия, уточнение и т. д.), но, по нашим наблюдениям, наиболее типичны такие развернутые комментарии для вопросительных речевых действий (об интеррогативности научного дискурса см. подробнее [8]). Именно экспликация вопросов устойчиво сопровождается в научном диалоге разнообразными комментариями мотивировочного, оценочного, организующего и др. типов, зачастую представленными в комбинациях с другими МКХ:

- (5) О: Не хочу углубляться в детали этой темы, она, я уверен, вам хорошо известна. Если такой вопрос Вам понятен без детализации, как концептуальный, я был бы благодарен за ответ.
- А: Вопрос очень серьезный и важный. Я постараюсь коротко сказать, что я думаю. Вы отчасти, конечно, правы;
- (6) М: ... я бы начал с ряда своих уточняющих вопросов. Первым делом я бы все-таки спросил: что такое мода? То есть в каком именно смысле мы сегодня с этим понятием работали? Или в каких смыслах. Просто потом уже можно будет говорить о чем-то следующем.

- А: Я вначале имел наглость отослать к своей книжке на эту тему. Чтобы ответить на ваш вопрос, я должен был бы сейчас кратко изложить ее содержание; но не пугайтесь, я этого делать не собираюсь;
- (7) У меня два вопроса. Я боюсь занять ваше внимание, но они для меня очень животрепещущи, поскольку связаны с моей нынешней работой. Один как к индоевропеисту, другой как к культурологу, наверное. Первый вопрос. Я постараюсь передать его в телеграфном стиле, Вы сразу поймете, о чем речь;
- (8) Это действительно интересный вопрос. Постараюсь очень коротко сказать об этом. Действительно, надо было бы об этом прочитать целую лекцию, но я, думая, о чем сегодня сказать, старался говорить больше на темы, прямо связанные с настоящим, меньше говорить о прошлом, хотя сам, может быть, больше времени в своей жизни занимался вопросами реконструкции прошлого.

2. Локализация в диалоге.

Сложные комбинации МКХ, как правило, тяготеют к инициальным и финальным фрагментам выступлений и/или реплик. Основная, содержательная часть текста/реплики также может включать МКХ различных видов, но такие МКХ обычно носят изолированный характер, т.е. не образуют комбинаций и метакоммуникативных мини-текстов.

Что же касается вступительных и завершающих фрагментов текстов и реплик, то их коммуникативно-прагматические особенности предсказуемо и закономерно предоставляют широкий простор для использования таких комбинаций. Именно в этих фрагментах коммуниканты активно реализуют такие прагматические задачи, как контактоустановление с аудиторией, комментарии собственного коммуникативно-эпистемического стиля, тематическая проспекция и т.п., что очевидным образом мотивирует высокую насыщенность данных фрагментов разнообразными МКХ, см. следующие варианты зачинов публичных лекций:

- (9) Спасибо большое, что пригласили меня сюда, мне очень лестно здесь выступать после всех тех лекций, которые здесь прошли и вывешены на сайте «Полит.ру». Я выскажу несколько тезисов о науке, о том, как я ее вижу, и о ситуации в постсоветской науке. Заранее хочу попросить извинения, я, вообще-то, институциональный историк науки, социолог науки, и мой основной жанр это рассказывание исторических баек. Я мог бы долго рассказывать байки по поводу того, как была устроена наука или высшее образование в разные времена и в разных странах, но я по возможности постараюсь от этого воздержаться, чтобы не впасть в историю. Потом, если надо будет, я любой из своих тезисов проиллюстрирую примерами.
- (10) Я рискую предложить вам тему «о неизбежности происхождения человеческого языка». Тема, надо сказать, очень животрепещущая, почти как «есть ли жизнь на Марсе?» проверить никто не может, но всем интересно знать. Человеку вообще свойственно стремление узнать причину

всего сущего. И это стремление сыграло весьма важную роль, в том числе и в происхождении языка. Я рискую выступить перед вами с такой темой, потому что за последние годы обсуждение ее вышло, в общем, на вполне научный уровень. Уже накоплено огромное количество данных в самых разных науках: и в генетике, и в антропологии, и в этологии, и в когнитивной науке — так что теперь невозможно построить безответственную «сказочную» гипотезу, потому что такая гипотеза неминуемо разобьется о какие-то факты. И это хорошо. Сразу оговорюсь, что обозреть все гипотезы мне будет не под силу. Поэтому если про какую-то интересную вам гипотезу я ничего не скажу — просто потому что не успею, — то у вас будет возможность задать мне вопрос после лекции.

Несколько иными, но также весьма «сложносочиненными» оказываются комбинации МКХ в финальной части выступлений, где обычно эксплицируются тематические и количественные МКХ, ср.:

- (11) Я думаю, что на этом я основную часть закончу. О каких-то узловых моментах рассказано, но даже до самой приблизительной полноты еще очень далеко. Я не только не исчерпал тему, но и остался, по существу, в самом начале пути. Но, надеюсь, вы поняли, сколь сложна эта материя, и что требует она не одного часа для рассказа. Поэтому, пожалуйста, спрашиваете, возможно, некоторые вынужденные лакуны в моем рассказе удастся заполнить, отвечая на вопросы. Спасибо;
- (12) Мне очень нравится, что я немножко раздразнил живой интерес аудитории. Я как раз к этому и стремился. Но тема очень широка. Её нужно дробить и обсуждать по кускам. Я бы с удовольствием когда-нибудь в этом принял участие, если у вас будет охота.

Та же тенденция наблюдается и на локальном уровне, т.е. на уровне отдельных реплик (разумеется, применительно к комбинациям МКХ речь идет о достаточно протяженных репликах, состоящих из нескольких высказываний):

(13) Прежде всего, я хотел бы поблагодарить докладчика за изящные новеллы в области теоретического науковедения. Но, поскольку я читаю курс социологии политического процесса в современной России, вопрос будет чисто конкретный. Есть такой тезис: общество программирует свое будущее в виде системы образования. Возможно, Даниил Александрович не склонен его разделить. Но в том случае, если вы склонны его разделить, я хотел бы попросить вас прокомментировать связь или ее отсутствие между неблагополучием современной России (которое хотя бы фиксируется в многочисленных социологических опросах) и уровнем, состоянием, я бы даже сказал — достижениями советской науки. Скажем, в области космоса, авиации, атомной энергетики в ее оборонной и гражданской ипостасях, штучные Нобелевские премии (Лазарев и пр.). Заранее признателен.

3. Степень кооперативности.

Интересно, что «сгущение» МКХ зачастую наблюдается на тех участках диалога, где участники ведут себя подчеркнуто кооперативно либо, напротив, некооперативно (но не в зонах нейтрального, стандартно-вежли-

вого обсуждения научных проблем). Контексты первого типа уже обсуждались выше; что же касается контекстов второго, некооперативного типа, то показательными иллюстрациями могут служить следующие фрагменты научного диалога:

- (14) М: Там, где речь шла о разного рода интертекстуальных связях и о том, что это нам дает в понимании текстов, в данном случае текстов Тургенева, там было понятно. А вот классификация душевных и духовных героев, признаться, вызывает большие вопросы. Можете ли вы разделить представителей светской русской литературы: кто из них специализировался на героях душевных, кто на героях духовных?
- А: Что значит «специализировался»? Светская литература она по определению описывает внешнего человека. Она же не может описывать исключительно духовный опыт. В этом ее известная ограниченность. В математике есть область значений и область определения, так вот это область определения. Я никакими классификациями заниматься не буду и на этот вопрос, поставленный в такой, немного комичной форме, отвечать не стану.

В данном случае раздражение отвечающего вызвал некорректный, с его точки зрения, вопрос, чем обусловлено использование комбинации МКХ «критика вопроса» + «отказ от ответа».

- Ср. также контекст несколько иного типа, где серию МКХ порождает некооперативное поведение одного из участников научной полемики, который не вполне успешно пытается замаскировать пространное высказывание своей точки зрения под вопрос, что вызывает имплицитный негативнооценочный комментарий медиатора:
 - (15) М: Не совсем понятен, к сожалению, вопрос. Или вам понятен?
 - А: Нет, я, к сожалению, тоже не понял.
- *М*: Несомненно, люди обычно стремятся распространять свои представления. Но в чем ваш вопрос?

4. Коммуникативная роль участника диалога.

Комбинированное использование МКХ возможно во всех трех субъектных субдискурсах научного диалога, т.е. в субдискурсах аргументатора (отвечающего), оппонента (спрашивающего) и медиатора. При этом различия названных коммуникативных ролей обусловливают некоторые содержательные различия в используемых комбинациях МКХ. Так, для субдискурсов аргументатора и оппонента наиболее типичными являются комбинации, включающие МКХ «оценка вопроса» (для оппонента в рефлексивном варианте, для аргументатора — в нерефлексивном) (примеры 5–8); для субдискурса медиатора — комбинации с участием МКХ диалогоуправляющего типа, ср.:

М: Я начну с пары своих полувопросов, полусоображений, а потом буду уже чередоваться с присутствующими, —

комбинации с МКХ интерпретирующего типа представлены во всех трех субдискурсах, см. пример 15, где представлены интерпретирующие ходы в субдискурсах аргемнтатора и медиатора, и аналогичный фрагмент субдискурса оппонента:

(16) О: Спасибо большое за дополнение. Очень коротко насчет реалистичности. Вы совершенно правильно говорите, что это очень долгий процесс.

Таким образом, повышение плотности метакоммуникативных комментариев представляет собой любопытный прагматический феномен, обнаруживающий зависимость от целого ряда факторов коммуникативного контекста. По-видимому, одним из важнейших таких факторов является специфика дискурсивной среды, в котором реализуется данный феномен, что мотивирует целесообразность его дальнейшего изучения применительно к различным дискурсивным практикам.

ЛИТЕРАТУРА

- 1. Метакоммуникативная организация диалогического дискурса / В. Р. Абреу-Фамлюк [и др.]; под общ. ред. Е. Г. Задворной. Минск : МГЛУ, 2017.-112 с.
- 2. *Бобко, Т. В.* Типология и частотность метакоммуникативных комментариев в русско- и белорусскоязычном интернет-общении / Т. В. Бобко // Весці БДПУ. Сер. 1. 2015. № 2 C. 63-67.
- 3. 3a∂ворная, E. Γ . Метакоммуникативные речевые ходы в обыденно-разговорной коммуникации / Е. Γ . Задворная // Вестн. МГЛУ. Сер.1, Филология. -2014. -№ 3 (70). -C. 22-30.
- 4. *Леон, О. В.* Лингвопрагматические средства коррекции в политическом дискурсе (на материале англо-, немецко- и русскоязычных ток-шоу и интернет-дискуссий) : дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19 / О. В. Леон; Минск. гос. лингв. ун-т. Минск, 2017. 226 с.
- 5. *Мечковская*, *Н. Б.* Естественный язык и метаязыковая рефлексия в век Интернета / Н. Б. Мечковская // Русский язык в научном освещении. -2006. Note 2 (12). C. 165–185.
- 6. *Михайлова*, *Н. П.* Метакоммуникативные речевые действия в диалоге: прагматика и лексико-грамматические средства выражения : автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19 / Н. П. Михайлова; Белорус. гос. ун-т. Минск, 2007. 22 с.
- 7. Сивенкова, М. А. «Критиковать или не критиковать?..»: Об эффективности метакоммуникативных комментариев в политической дискуссии / М. А. Сивенкова // Политическая лингвистика. Екатеринбург : УрГПУ, 2011. №4(38). С. 148—151.
- 8. *Рябцева*, *Н. К.* Интеррогативность научного языка / Н. К. Рябцева // Логический анализ языка: Проблемы интенсиональных и прагматических контекстов. М.: Наука, 1989. С. 241–258.

К. Н. Каминская (МГЛУ, Минск, Беларусь)

СТРАТЕГИИ ПОЗИТИВНОЙ ВЕЖЛИВОСТИ В АНГЛИЙСКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРЕ

В современном глобализованном мире особое значение приобретает эффективное взаимодействие участников межкультурной коммуникации, для достижения которого недостаточно обладать лишь знанием иностранного языка. Во многих случаях первостепенным является знание культурных норм и особенностей изучаемой лингвокультуры, без которого осуществление успешной коммуникации оказывается невозможным. В связи с этим приоритетным становится изучение иностранного языка в контексте норм и правил вежливого поведения, принятых в той или иной культуре. Эти нормы и правила могут существенно различаться в национальных языках, несмотря на универсальность понятия вежливости.

Вежливость определяется как универсальная коммуникативная категория, представляющая собой систему национально-специфических стратегий коммуникативного поведения, направленного на гармоничное, бесконфликтное общение и соблюдение принятых в обществе норм поведения [1, с. 17]. По мнению многих исследователей, в английской лингвокультуре вежливость является одним из ключевых факторов, обеспечивающих эффективное взаимодействие и взаимопонимание.

Наиболее полно теория вежливости была разработана П. Браун и С. Левинсоном. В ней отражены особенности коммуникации в западноевропейской культуре в целом и в английской культуре в частности. Эти особенности обусловлены ярко выраженным индивидуализмом представителей данных культур, для которых коммуникативный суверенитет является одной из основных ценностей.

Основополагающей идеей данной теории вежливости является идея о том, что каждый индивид в процессе осуществления коммуникации старается поддержать и сохранить свое «лицо» - своего рода имидж или социальный статус. В связи с этим каждый член общества постоянно стремится реализовать в процессе общения два вида желаний: желание получить одобрение со стороны других членов общества (позитивное лицо) и желание быть независимым в своих действиях (негативное лицо) [2, с. 13]. Реализация этих желаний требует применения совершенно различных, иногда взаимоисключающих, коммуникативных стратегий, для систематизации которых П. Браун и С. Левинсон вводят понятия негативной и позитивной вежливости. Позитивная вежливость направлена на сокращение дистанции между коммуникантами, сближение и поиск того, что их объединяет. Это движение навстречу друг другу, стремление укрепить связи, проявить доброе отношение к собеседнику. В свою очередь, негативная вежливость направлена на автономии субъектов коммуникации, признание независимости каждого из них. Это соблюдение межличностных границ общения, блокирование чрезмерного сближения и укрепление дистанции между участниками коммуникации, что служит подтверждением их взаимного уважения.

Остановимся подробнее на стратегиях позитивной вежливости. По мнению П. Браун и С. Левинсона, существует пятнадцать таких стратегий, применяя которые, говорящий демонстрирует собеседнику свое внимание, симпатию, доброжелательность, показывает, что он разделяет его интересы и одобряет его потребности. Мы будем рассматривать эти стратегии на материале современного британского детективного сериала «Розмари и Тайм» («Rosemary and Thyme», 2003), диалоги которого приближены к реальным ситуациям употребления носителями языка интересующих нас явлений.

- 1. Проявляйте внимание к собеседнику, интересуйтесь его желаниями, потребностями и т.д. Необходимость использования этой стратегии объясняется тем, что каждый человек нуждается в признании и одобрении со стороны других членов общества, каждый желает получить высокую оценку своих достижений, что позволяет человеку испытывать чувство собственного достоинства.
- Harriet! You didn't have to come to work today. You should have had a приходить на работу сегодня. Нужно day off.
 - Why should I?
 - Well, you are upset...
- '- Харриет! Тебе не нужно было было взять выходной.
 - Почему?
 - Ты ведь расстроена...'
- 2. Преувеличивайте свой интерес, одобрение, симпатию по отношению к собеседнику. Преувеличение широко распространено в английской лингво-Помимо использования интенсификаторов, культуре. экспрессивных оценочных прилагательных и конструкций, реализация данной стратегии предполагает употребление эмфатических средств интонации, позволяющих усилить выражаемые эмоции.
- It must be terribly boring for you, Mr. Cruise!
 - Why don't you join us?

world!

- Oh, wouldn't miss it for a ниться к нам?
- '- Вам должно быть ужасно скучно, мистер Круз!'
 - '- Почему бы вам не присоеди-
 - О, я бы не пропустила это ни за что на свете!'
- 3. Усиливайте интерес для собеседника. Еще один способ показать собеседнику, что говорящий разделяет и учитывает некоторые его желания, – это сделать свое сообщение более увлекательным и интересным.
- You'll never guess who's having '- Ты ни за что не догадаешься, lunch over there! кто обедает неподалеку!'

Для достижения этой цели часто используется смещение временного плана с прошлого на настоящее, что позволяет ввести собеседника в центр обсуждаемых событий.

 Laura absolutely insists on the stars.

'- Лора однозначно настаивает sparing our hospitality for a night under на том, чтобы променять комфорт нашего дома на ночь под открытым небом'.

Помимо этого, широко используются разделительные вопросы и выражения, которые делают собеседника активным участником диалога, например: you know, see what I mean и т.д.

- We did right by him though, wouldn't you say?
- You know, when Daniel said beings, aren't they?
- **'** Мы правильно поступили с ним, правда?'
- '- Знаешь, когда Дэниел сказал "Thank God for trees" ... I really felt «Слава богу за деревья», ... я дейsomething. Trees are not like human ствительно почувствовала кое-что. Деревья не похожи на людей, правда?'
- 4. Используйте маркеры внутригрупповой принадлежности. Употребление всевозможных внутригрупповых форм прямого обращения, диалекта, жаргона или сленга подчеркивают общность между собеседниками.
- Hello, girls! Just the people I '- Привет, девушки! Как раз те, wanted to see! кого я хотела увидеть!
- 5. Выражайте согласие. Выражение солидарности с собеседником это ключ к взаимопониманию и гармоничному общению. Беседа на безопасную тему всегда позволяет продемонстрировать общность взглядов, поэтому во многих культурах, включая британскую, принято предварять просьбу небольшой беседой на отвлеченную тему, вроде погоды, чтобы показать свою заинтересованность в поддержании отношений с собеседником в целом, а не только свою собственную выгоду. В беседе, затрагивающей не столь безопасные темы, следует концентрироваться на тех аспектах, с которыми можно согласиться. Согласие и эмоциональную вовлеченность можно подчеркнуть повторением фразы, сказанной собеседником, полностью или частично.
 - They're very good photographs! '- Это очень хорошие фотогра-- She is really talented! фии!
 - Она действительно талантлива!'
- 6. Избегайте разногласий. Стремление всегда демонстрировать согласие с собеседником приводит к тому, что в некоторых ситуациях, в которых требуется возразить собеседнику, возражение принимает завуалированную форму, которая выглядит, как согласие.

- He loved the high life... and he loved women too until his wife found и он любил женщин, пока его жена не out.
 - *She left him?*
 - In a way. Killed herself.
- '- Он любил шикарную жизнь... узнала.
 - Она ушла от него?
- В некотором роде. Самоубийство'.
- 7. Предполагайте/подчеркивайте факт общих знаний. Подчеркивание наличия общих знаний, чувств, отношений или предположение об этом служит объединяющим фактором.

я?'

- Are you thinking what I'm thinking?
- You can see why Knussens want it though, can't you?
- '- Ты думаешь о том же, о чем и
- '- Ты видишь, почему Нассенам он нужен, не так ли?
- 8. Используйте шутку. Эта стратегия позволяет сделать ситуацию общения более комфортной, располагающей и поможет смягчить акт просьбы. Использование шутки предполагает наличие у коммуникантов общих знаний и ценностей, что служит объединяющим фактором.
- I ought to warn you. I've put Martin on lunch duty.
- Why is that worth of warning?
- Well, it depends whether you're OK with cave man food. If he can't burn it, you'd better like it raw.
- '- Я должна предупредить вас. Я назначила Мартина ответственным за обед.
- Почему об этом нужно предупреждать?
- Это зависит от того, как вы относитесь к пище пещерного человека. Если она у него не сгорит, вам придется удовольствоваться сырой'.
- 9. Подчеркивайте осведомленность и заботу о потребностях и пожеланиях собеседника. Эта стратегия позволяет продемонстрировать сотрудничество и тем самым снизить давление на собеседника, так как показывает стремление говорящего принять во внимание желания другого.
- Look, I know, you're very '- Послушайте, я знаю, что вам comfortable here but would you mind здесь очень удобно, но не могли бы вы awfully staying with me in the house переночевать со мной в доме сегодня. tonight. Martin can't get back until Мартин не сможет вернуться до утра'. morning.
- 10. Предлагайте помощь и давайте обещания. Предлагая помощь в достижении того, чего желает собеседник, и давая обещания, включая те, которые не могут быть выполнены, говорящий проявляет свои добрые намерения в отношении удовлетворения желания собеседника сохранить лицо.

- Look, how does afternoon tea on '- Как насчет чая на террасе? За the terrace sound? Compliments of счет заведения'. ours.
- 11. Проявляйте оптимизм. Проявление оптимизма относительно желания и возможности собеседника сделать что-либо для говорящего, дает возможность смягчить давление на собеседника и сохранить позитивную тональность общения.
- I suppose I'd better go back to the pub.
- I don't think it's a very good idea company!
- '- Думаю, мне лучше вернуться в паб.
- Я не думаю, что это очень хоto sit there moping. Come on! Come рошая идея – сидеть там и хандрить. with me to Winterborough. Keep me Давай! Поехали со мной в Уинтерборо. Составь мне компанию!
- 12. Предлагайте собеседнику совместные действия. Использование инклюзивного местоимения we в тех ситуациях, когда имеется в виду you или те, подразумевает сотрудничество и объединяет говорящего и слушающего, и дает возможность смягчить последующий ликоугрожающий акт. Одной из наиболее употребимых инклюзивных форм является *let's*.
- Oh, look at that view! Can we to stretch my legs)
- Let's just try and keep our imaginations in check, shall we? (i.e. наше will you try and *imaginations in check?*)
- '- О, посмотри какой вид! Мы не stop and stretch our legs? (i.e. I want могли бы остановиться и размять ноги?' (в значении 'я хочу размять ноги')
 - '- Давайте попробуем держать воображение под контролем' keep your (в значении 'не могли бы вы держать ваше воображение под контролем')
- 13. Приводите доводы/спрашивайте о них. Предоставление доводов в пользу своего желания - это еще одна стратегия сотрудничества, позволяющая смягчить давление на собеседника.
- I've just come to collect some things for Ms. Boxer. She's in hospital.
 - − *Oh*, *yes*...
 - So could I have a key, please?
- '- Я бы хотела забрать некоторые вещи миссис Боксер. Она в больнице.
 - O, да...
 - Могу я взять ключ?'
- 14. Предполагайте или провозглашайте (декларируйте) взаимность. Упоминание свидетельства о взаимных правах или обязательствах, или услугах позволяет подчеркнуть сотрудничество между собеседниками и позволит смягчить ликоугрожающий акт, такой как просьба, или жалоба, или критика.

- And please, for my sake and my family's sake... I invited you to lighten your suspicions. Now I'm asking you to let the matter drop.
- '– Пожалуйста, ради меня и ради моей семьи... Я пригласил вас, чтобы развеять ваши подозрения. И теперь я прошу вас оставить это дело'.
- 15. Дарите подарки собеседнику симпатию, понимание, сотрудничество. Подарки наглядно демонстрируют то, что говорящий знает и понимает некоторые желания своего собеседника и желает их удовлетворить. Причем подарками не обязательно считаются конкретные предметы это также и желание собеседника получить одобрение, понимание, сочувствие, заботу.
 - Have a glass of whiskey, Dick.
 - Terrific! Thanks.
- -Not at all. I wonder if I could confide in you for a minute or two...
- Fern! That's a lovely name! Where did it come from?
- '- Возьми бокал виски, Дик.
- Отлично! Спасибо.
- Не за что. Я бы хотел поговорить с тобой минуту-другую...'
- '- Ферн! Какое чудное имя! Откуда оно?'

К этой стратегии можно отнести и комплименты, которые англичане принимают с искренней благодарностью и удовольствием. В некоторых ситуациях их ожидают как нечто само собой разумеющееся, а отсутствие комплиментов будет восприниматься как грубость и неуважение со стороны собеселника.

— Thank you, Rosemary and Laura! '— Спасибо, Розмари и Лора! Эти These are wonderful floral designs that великолепные цветочные клумбы буwill grace these gardens for many years дут украшать этот сад многие годы!' to come!

По нашим наблюдениям, часто встречается смешение стратегий в рамках одного речевого акта, а иногда не представляется возможным точно определить, к какой именно стратегии относится высказывание. В частности, стратегии 1, 2 и 15 перекликаются в большом количестве случаев. Говоря комплименты, мы тем самым проявляем внимание к собеседнику, и в английской лингвокультуре принято делать это с преувеличением.

Также можно наблюдать смешение стратегий 1, 3 и 7. Выражения, которые делают собеседника активным участником диалога (you know, see what I mean) предполагают наличие общих знаний, чувств, ощущений у коммуникантов.

- Rosemary tells me Melanie Demarker is coming to your tournament!
 - Yes, that's right. Plus husband!
 - *Oh, the rock singer!*
- '- Розмари сказала мне, что Мелани Демаркер приезжает на ваш турнир!
 - Да, именно. Плюс муж!
 - О, рок певец!'

В приведенном примере первый участник диалога говорит о приезде знаменитой теннисистки, что весьма престижно для организуемого собеседником турнира, а второй упоминает о муже, который известен обоим, что подчеркивает общность знаний и взглядов, причем интонация фраз говорит о том, что это не просто знание о его наличии, а за этим стоит нечто большее.

Можно говорить и о смешении стратегий 1 и 10. Предлагая помощь заботится о нуждах и потребностях обещания, говорящий собеседника, нередко делая это в экспрессивной форме и с преувеличением.

- I'll talk to her. She doesn't live far. I just hope she hasn't been watching недалеко. Я только надеюсь, что она television...
 - Let me give you a lift.
 - -I don't want to put you out.
 - *Oh*, *please*. *It's the least I can do*.
- '- Я поговорю с ней. Она живет не смотрела телевизор...
 - Давайте я подвезу вас.
 - Я не хочу вас беспокоить
- О, пожалуйста. Это меньшее, что я могу сделать'.

Первый участник диалога намеревается сообщить о несчастном случае, а второй собеседник предлагает отвезти в нужное место, выказывая заботу и беспокойство о состоянии другого.

Самые разные стратегии могут смешиваться со стратегией 8, т.е. с шуткой. В следующем примере говорящий в преувеличенной форме выражает свое восхищение вкусом еды:

- Am I in the company of angels? Because I know I've gone to heaven!
 - − I take it you're impressed!
- '- Я нахожусь рядом с ангелами? Потому что я знаю, что я попал в рай!
 - Полагаю, вы впечатлены!

В рамках данной статьи рассмотрены стратегии позитивной вежливости и некоторые примеры их смешения. Все они направлены на сближение и достижение гармонии в общении. Понимание их роли в коммуникации будет способствовать формированию прагматической компетенции изучающих английский язык и, несомненно, приведет к повышению уровня владения языком и успешности коммуникации.

ЛИТЕРАТУРА

- 1. Ларина, Т. В. Категория вежливости в английской и русской коммуникативных культурах / Т. В. Ларина. – М.: Изд-во РУДН, 2003. – 290 с.
- 2. Brown, P. Politeness: Some Universals in Language Usage / P. Brown, S. Levinson. – Cambridge: Cambridge University Press, 1988. – 345 p.

А. И. Цупа (МГЛУ, Минск, Беларусь)

СЛОЖНОЕ ДИАЛОГИЧЕСКОЕ ЕДИНСТВО СО СМЕШАННОЙ СТРУКТУРОЙ В РУССКОМ РАЗГОВОРНОМ ДИАЛОГЕ

В настоящее время одним из наименее изученных феноменов диалогической речи является так называемое *сложное диалогическое единство* (далее – ДЕ), т.е. ДЕ, в состав которого входит три и более реплики.

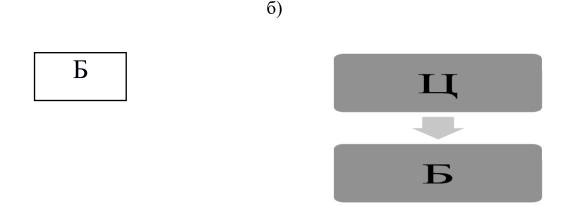
Целью данного исследования является определение структурных подтипов смешанной структуры сложных ДЕ в русском разговорном диалоге. В рамках этого исследования было проанализировано 200 сложных диалогических единств в русском разговорном дискурсе [1].

Вопросами сложных диалогических единств занимались такие ученые, как И. П. Святогор, Н. Ю. Шведова, Т. И. Мартыненко, С. М. Поляков, Л. С. Маркина и т.д. В результате анализа сложных ДЕ исследователи выделили несколько видов связей (одно- и двухсторонние, ДЕ с одноплоскостной и параллельной связью, ДЕ с прямой и опосредованной связью, ДЕ с однои двунаправленной связью) и несколько структурных типов сложных ДЕ (бинарные и цепочечные, «многочастные модели ДЕ») [2; 3; 4; 5; 6]. Однако наиболее полной мы считаем классификацию структурных типов ДЕ О. Н. Чаловой, которая выделяет бинарную (смежные пары иллокутивно согласующихся реплик), прерывающуюся (одна пара иллокутивно согласующихся реплик «прерывает» другую), цепочечную (реплика совмещает в себе функции речевого стимула и речевой реакции), усложненную и смешанную структуры [7].

Смешанная структурная модель организации ДЕ включает в себя элементы других структурных типов. Данный структурный тип отличается внутренней неоднородностью и достаточно высокой употребительностью, а именно 26 % от общего числа сложных ДЕ. Данные факторы обусловливают значимость анализа данного структурного типа.

В результате исследования были выявлены две разновидности смешанной структуры: а) в одну структуру включается другая б) одна структура следует за другой. Представим данные разновидности в виде схем:

a)



Примером структуры со включением является следующее ДЕ:

(1) Ю. Я приеду к тебе заниматься?



- (2) А. Сегодня?
- (3) Ю. Да или нет?
- (4) А. Нет Юрка.
- (5) Ю. Что?
- (6) А. Нет, Юрка.
- (7) Ю. Что нет?
- (8) А. Ты не приедешь. Я в два часа иду на день рождения к матери
 - (9) ...*HO*. *A-a*.

В данном примере мы видим, что в цепочечную структуру ДЕ (фрагменты 1–2 и 8–9) «встроилась» бинарная структура (фрагменты 3–4, 5–6, 7–8). В виде схемы мы может представить данный тип смешанной структуры следующим образом: «вопрос–встречный вопрос–вопрос–ответ–вопрос–ответ–уточняющий вопрос– ответ–завершающая реакция»

Последовательная структура представлена в следующем примере:

- (1) А. А чем так вкусно пахнет? Супом каким-то?
- (2) Б. Что невкусно пахнет?
- (3) А. Да нет, почему, вкусно!
- (4) Б. Это не суп, это рагу!
- (5) A. Pary?
- (6) Б. Рагу. Мясное рагу с овощами и соленостями.

В этом примере представлена комбинация прерывающейся структуры с цепочечной структурой ДЕ. Схема данного ДЕ выглядит следующим образом: «основной вопрос—вспомогательный вопрос—ответ на вспомогательный вопрос—ответ на основной вопрос—переспрос—ответ». Таким образом, фрагмент 1—4 представляет собой прерывающуюся структуру, а фрагмент 5—6 — цепочечную структуру.

В каждой разновидности смешанной структуры сложных ДЕ выделяются подтипы. В первой разновидности смешанной структуры могут комбинироваться разные структурные типы, однако наиболее употребительными являются подтипы: а) в бинарную структуру «вклинивается» цепочечная; б) в цепочечную структуру «вклинивается» бинарная; в) в бинарную структуру «вклинивается» прерывающаяся:

- а) (1) A. Дмитрий Aндреевич, а я вспомнила. Bы не были этим летом на Pижском взморье?
 - (2) *B. Hem.*
 - (3) A. Hem?
 - (4) Б. *Hem.* A что?
- (5) А. А я шла по берегу и мне показалось, что навстречу идете Вы. Но, я не была уверена, что это Вы, поэтому я как-то не решилась поздороваться.
 - (6) Б. Нет, мы собираемся в будущем году поехать в санаторий.

В данном ДЕ в иллокутивно согласующиеся пары реплик 1–2 и 5–6 «вклинивается» цепочечная структура 3–5. Схема данного ДЕ выглядит следующим образом: «вопрос–ответ–переспрос–ответ/встречный вопрос–ответ–завершающая реакция».

- б) (А. кипятит воду для чая; когда вода вскипела, выключает кипятильник)
 - (1) А. Так, готов.
 - (2) B. Yaŭ?
 - (3) А. Угу. Будешь?
 - (4) *В.* Да.
 - (5) А. Сахар положить тебе?
 - (6) *B. Hem.*
 - (7) А. А конфетку? Дать?
 - (8) *B. Yey*.
 - (9) А. Какую?
 - (10) В. Малина там ещё осталась?
 - (11) A. Yey.

В этом случае за цепочечной структурой (1—4) следует две пары иллокутивно согласующихся реплик (5—8), а далее следует цепочечная структура (9—11). Фрагмент А. Так, готов./В. Чай?/А. Угу.Будешь?/В. Да является цепочечной структурой, далее следует две пары иллокутивно согласующихся реплик: А. Сахар положить тебе?/В. Нет./А. А конфетку? Дать?/В. Угу, и далее следует фрагмент с цепочечной структурой: А. Какую?/В. Малина там ещё осталась?/А. Угу.

- в) (1) *Ю. Чего ты не был-то вчера?*
- (2) А. Да так как-то...
- (3) Ю. Что?
- (4) А. Так как-то.
- (5) Ю. Не слышу.
- (6) А. Ну так просто.
- (7) Ю. Так просто. А позавчера? Тоже так просто?
- (8) А. Позавчера-а?
- (9) Ю. Да.
- (10) А. Я у зубного был, елки-палки. Я ж..
- (11) Ю. На семинаре?
- (12) А. Да, я же сказал ей.
- (13) Ю. А-а-а. Ну, у тебя справка есть, да?
- (14) А. Справка есть, конечно.

В данной структуре в бинарную модель организации сложного ДЕ (фрагменты 1–6 и 11–14) встраивается прерывающаяся модель организации сложного ДЕ (фрагмент 7–10). Схема данной структуры выглядит следующим образом: «вопрос–ответ–переспрос–ответ–переспрос–ответ–основной вопрос–встречный вопрос–ответ на встречный вопрос–ответ на основной вопрос–ответ–вопрос–ответ».

Во второй разновидности смешанной структуры, в которой представлено последовательное расположение структурных типов, могут сочетаться разные структурные типы в различных комбинациях. Наиболее употребительными в отобранном материале являются следующие подтипы: а) за цепочечной структурой следует бинарная; б) за бинарной структурой следует цепочечная; г) сочетаются все три структурных типа. Проиллюстрируем эти подтипы:

- a) (1) *В. Я черную муку купила.*
- (2) *А. Почему черную?*
- (3) В. Темную. Темная мука.
- (4) А. Но это ведь не черная ржаная?
- (5) В. Нет. Но темная. Бывает белая.

Данный пример демонстрирует чередование цепочечной структуры 1–3, а следует за ней иллокутивно согласующаяся пара реплик 4–5. Схема данного ДЕ: «сообщение—вопрос—ответ—вопрос—ответ».

- б) (1) *К. Чего тебе дать?*
- (2) А. Паштет этот и чай.
- (3) *К. А чего тебе налить?*
- (4) А. Чайку.
- (5) К. Он еще сырой. Может кефиру налить?
- (6) А. Ну налей, полчашечки.

В данном ДЕ за двумя иллокутивно согласующимися парами реплик 1—4, следует цепочечная структура 4—6. Схема может выглядеть следующим образом: «вопрос—ответ—вопрос—ответ—сообщение/вопрос—ответ».

- в) (1) E. Oй, Светка, это ты тетрадок столько исписала за три года.
- (2) *C.* − *Kakue*?
- (3) E. Вот тут лежат.
- (4) *С. Это только за этот год.*
- (5) $E. \pi a$?
- (6) C. Hy нет, здесь ещё по латыни, и по греческому.

В данном примере представлено сочетание прерывающейся структуры (фрагмент 1–4) и цепочечной структуры (фрагмент 4–6).

При чередовании структурных типов комбинироваться могут все три типа, данная комбинация встречается редко, но все же возможна:

- г) (1) Р. Мам! Вы взяли вчера газету?
- (2) А. Нет. Вот щас папа встанет и сходит за газетой.
- (3) Р. Я схожу!
- (4) А. Тигренок! Ты еще не доставал газету, милый.
- (5) Р. Достану!
- (6) *А. Ты доставал?*
- (7) Р. Доставал.
- (8) А. Одевайся тогда. Надевай свитер.
- (9) Р. И рейтузы?
- (10) А. Рейтузы можешь не надевать.

(11) P. Bcë.

В данном примере представлены все три структурные типа: фрагмент 1—3 является цепочечной структурой, фрагмент 4—7 представляет собой бинарную структуру, состоящую из двух пар иллокутивно согласующихся реплик, и фрагмент 8—11 является прерывающейся структурой. В виде схемы данное ДЕ мы может представить следующим образом: «вопрос—ответ/сообщение—ответ—утверждение (стимул)—ответ—вопрос—ответ—побуждение—встречный вопрос—ответ—ответ (реакция)».

В результате проведенного анализа было установлено, что ДЕ со смешанной структурой отличаются как по количеству реплик (от 5 до 13), так и по структурным характеристикам: по расположению компонентов выделяют модели последовательного расположения компонентов, либо включения одной схемы в другую. В разговорной речи возможно комбинирование различных структурных типов, но наиболее употребительные являются структуры с последовательным расположением. Выявленные подтипы сложных ДЕ присущи именно разговорному дискурсу и обусловлены такими свойствами разговорной речи, как спонтанность, неподготовленность, быстрота смены коммуникативных ролей.

ЛИТЕРАТУРА

- $1.\ 3$ емская, $E.\ A.\$ Русская разговорная речь. Тексты / $E.\ A.\$ Земская, $M.\$ В Китайгородская, $E.\ H.\$ Ширяев. $M.:\$ Наука, $1978.\$ $307\$ с.
- 2. Святогор, И. П. О некоторых особенностях синтаксиса диалогической речи в современном русском языке (диалогическое единство) / И. П. Святогор. Калуга, 1960.-113 с.
- 3. *Блох, М. Я.* Вопросы изучения грамматического строя языка / М. Я. Блох. М.: МГПИ им. В.И.Ленина, 1976. 107 с.
- 4. *Мартыненко*, *Т. И.* Диалогическое единство: структурно-семантический и коммуникативно-прагматический аспекты: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01 / Т. И. Мартыненко. Ростов н/Д, 2005. 170 с.
- 5. Поляков, С. М. Сложное диалогическое единство с односторонней организацией: (на материале британского варианта английского языка): дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04 / С. М. Поляков. М., 1985. 184 с.
- 6. *Маркина, Л. С.* Конструктивный анализ четырехчленного диалогического единства (на материале англ. яз.) / Л. С. Маркина. Л.: Изд-во Ленинградского гос. пед. ин-та, 1073. 39 с.
- 7. *Чалова*, *О. Н.* Структурная и лингвопрагматическая организация устной научной дискуссии (на материале английского и русского языков): дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19 / О. Н. Чалова. Минск., 2013. –116 с.

Секция 4 ТЕКСТ/ДИСКУРС

А. А. Биюмена, М. Ю. Новорай (МГЛУ, Минск, Беларусь)

СФЕРЫ-ИСТОЧНИКИ ПРЕЦЕДЕНТНЫХ ФЕНОМЕНОВ В КРЕОЛИЗОВАННОМ РЕКЛАМНОМ ТЕКСТЕ

На рубеже XX–XXI вв. тексты массовой коммуникации меняют свой гомогенный характер на поликодовый, в котором все чаще неотъемлемым элементом текстообразования становится изображение, создающее в синтезе с вербальным элементом одно структурное и смысловое целое [1]. В свою очередь, язык СМИ представляет собой обобщенный образ функционирующего на данный момент языка, национальный поток сознания современного человека, своеобразный культурный «срез» общества [2].

Развитие разных форм медиа, в том числе телевизионных и интернет-СМИ, изменило требования аудитории к подаче информации. Это вызвало закономерные изменения в облике печатных СМИ, прежде всего, увеличение степени визуализации контента, в частности, рост числа креолизованных текстов. Именно креолизация становится важным инструментом привлечения и удержания внимания адресата, способом выражения смысловой организации текста.

Креолизованный рекламный текст, состоящий из двух разнородных частей, вербальной и невербальной, как объект исследования привлекает многих ученых из самых разных областей. Его изучением занимались Н. С. Зырянова [3], И. Л. Ильичева [2], Е. Е.Анисимова [4], Р. Барт [5], А. М. Горлатов [6], Т. В. Еромейчик [7], О. А. Корда [8], А. И. Раду [9], Е. Э. Штукина [10] и др. С целью усиления воздействия рекламного сообщения на адресата рекламодатели прибегают к феномену интертекстуальности, которая, в свою очередь, реализуется посредством прецедентных феноменов (ПФ). Они входят в коллективную когнитивную базу того или иного социума и способны не только передавать культурно значимую информацию, но и оказывать непосредственное воздействие на получателя рекламного сообщения.

Причиной активного употребления прецедентных феноменов в рекламных текстах является стремление к созданию суггестивного эффекта, что обусловливает обращение не к понятию, а к образу, не к дискурсивному, а к мифологическому сознанию [11]. Следовательно, анализ единиц, наделенных «культурно-значимой информацией», открывает возможность для изучения особенностей национального сознания, а также выявления механизмов воздействия посредством данных единиц.

В работах Ю. Н. Караулова, И. П. Зыряновой представлены классификации сфер-источников ПФ [1; 12]. Опираясь на них, можно выделить девять основных сфер-источников прецедентных текстов: искусство, фольклор,

политика, религия, общество, СМК, наука, природные явления, космос. Анализ 200 рекламных текстов, содержащих прецедентные феномены (по 100 текстов на русском и английском языках), выявил, что большинство из них относятся к сферам литературы, арт-объектов, музыки, живописи, киноискусства, общества. Результаты анализа сфер-источников культурного знания прецедентных феноменов в англоязычных и русскоязычных креолизованных рекламных текстах показаны в таблице.

Таблица Сферы-источники прецедентных феноменов в англоязычных и русскоязычных креолизованных рекламных текстах

Ментальные сферы- источники прецедентных феноменов	Количество в русско- язычных текстах, %	Количество в англо- язычных текстах, %	Примеры
Литература	26	4	«Тянем-потянем» (сказка «Репка»), «Нарріly ever after»
Арт-объекты	4	_	«Откройте глаза на перемены» (сфинкс)
Музыка	10	6	«Темный бургер» (Серёга «Черный бумер»), «We will rock you» (Queen)
Живопись	8	28	«Авангард. XX век» (Рене Магритт «Сын человеческий»), «Lego: create» («Сотворение Адама» Микеланджело)
Киноискусство	6	36	«Winter is coming» («Игра Престолов»), «Storm Cooper» («Звездные войны»)
Общество	46	26	«Спасибо в карман не положишь», «Burning the midnight oil?»

Самой популярной ментальной сферой-источником знания для формирования прецедентных феноменов в англоязычных сообщениях является «Киноискуство» (36% случаев), что свидетельствует о том, что англоговорящие культуры (в частности, США и Великобритания) — это попкультуры. Заимствование из кинофильмов американского происхождения в большинстве случаев осуществляется посредством прецедентных имен, представленных главными героями той или иной киноленты: Человек-паук из одноименного фильма в рекламе ассоциации доноров крови «SAY NO to pesticides» и средства от пауков «Raid», Мумия в рекламном сообщении кабельного телевидения «Great American cinema in your home», злодей

в хоккейной маске Джейсон Вурхиз из фильма «Пятница 13» в рекламе электронных весов Omron «Don't feed your fear», Бэтмен в рекламе марки бытовых батареек Duracell «Power your imagination».

Популярной разновидностью $\Pi\Phi$, относящихся к киноискусству, являются единицы, заимствованные из мультфильмов. Например, в рекламной кампании бренда личной гигиены Dove «Unstick your style» наличие героев известных мультипликационных сериалов создает дополнительный смысл рекламного сообщения: после новой линии продуктов для укладки от Dove Ваши волосы будут шелковистыми и, что не менее важно, послушными. Рекламные сообщения с изображениями Мардж Симпсон из мультсериала «Симпсоны» и Бетти Буп из одноименного мультфильма не оставляют ни капли сомнения в эффективности новых продуктов, ведь они справились даже с волосами Мардж и Бетти, прически которых оставались неизменными на протяжении десятилетий. Интересно отметить, что Бетти Буп, действительно культовый персонаж, фигурирует и в ряде других рекламных текстов, например, в рекламном ролике Lancome «Lancome 's Hypnose Star Mascara», где Бетти не только дает советы по обольщению публики, но и напевает уже по праву ставшую прецедентной строчку Пу-пу-пиду, актуализирующую прецедентное имя Мэрилин Монро.

Исходя из вышесказанного, можно утверждать, что англоязычная культура является культурой «смотрящей»: ее представителям хорошо известны главные герои популярных кинолент и мультфильмов, музыкальные произведения таких легенд рока, как «The Beatles» и «Queen», но они могут быть не знакомы с архитектурными объектами и произведениями литературы.

Напротив, в русскоязычном рекламном дискурсе наблюдается большое количество обращений к сферам «Общество» и «Литература» (46 % и 26 % случаев соответственно), поэтому можно утверждать, что русскоязычная культура – книжная культура.

Многие русскоязычные рекламные тексты используют прецедентные тексты из области «С к а з к и». Например, реклама потребительских кредитов Беларусбанка «Тянем-потянем» апеллирует к русской народной сказке «Репка», а 7 рекламных сообщений из материала исследования — видеоролики «Белгосстрах» с апелляциями к сказкам («Три поросенка», «Заколдованный мальчик», «Три богатыря», «Теремок» и «Золушка»). Режиссеры этих видеороликов часто сочетают несколько прецедентных феноменов в одном сообщении. Например, в рекламных видео «Красная шапочка» и «Вершки и корешки» наблюдается сочетание двух прецедентных текстов: в первом случае комбинируются прецедентные тексты, представленные мультфильмом «Красная шапочка» и «Песней про зайцев» из кинофильма «Бриллиантовая рука», а во втором случае — сказками «Вершки и корешки» и «Колобок». Подобные семиотически осложненные тексты в совокупности с шутками ненавязчиво рассказывают об оказываемых организацией услугах и надолго сохраняются в памяти адресата рекламного сообщения.

Еще один пример ПФ из сферы «Сказка» замечен в рекламе пластыря от мозолей «Салипод» «Принцесса на натоптышах», где используется апелляция к сказке Г. Х. Андерсена «Принцесса на горошине». А «Московский кредитный банк» в своей рекламе вклада «Проценты твоей мечты» обещает исполнить желания своих клиентов, предложив им вклад под 11 %, используя при этом невербальный маркер прецедентности — воздушный замок — плод воображения любого ребенка, тем самым отсылая реципиента к сказке «Воздушный замок». Подобное визуальное сопровождение позволяет актуализировать фоновые знания адресата рекламных сообщений, что служит основой для формирования новых образов.

Наиболее популярной ментальной сферой-источником знания для формирования прецедентных феноменов в исследуемых русскоязычных креолизованных рекламных текстах является «Общество». Данные прецедентные феномены представлены фразеологизмам, пословицами, крылатыми фразами («Львиная доля опыта» в рекламном сообщении банка ВТБ, «С места в карьеру» в рекламе компьютерной академии ШАГ, «Не тяни за хвост — отправляй быстрее» из рекламного сообщения сотового оператора Билайн, цитата Сенеки «Дорогу осилит идущий» в рекламе образовательного центра ПВТ).

В серии рекламных сообщений «Белкард» «Своя рубашка ближе к телу» наблюдается обращение к русской пословице. Прецедентное высказывание в своем оригинальном употреблении означает, что собственное благополучие (или благополучие близких) дороже интересов других людей. «Белкард» переосмысливает данную пословицу, призывая белорусов пользоваться картами белорусских банков, аргументируя это тем, что комиссия за обслуживание платежной системы не уходит за границу, деньги остаются в стране.

В рекламе мебельного центра «Домашний Очаг» «И мне понятно, где мебель покупать», на которой изображен ежик, наблюдается отсылка к ставшему прецедентным высказыванию «И ежу понятно» из стихотворения В. В. Маяковского «Сказка о Пете, толстом ребенке». В сочетании вербального и невербального компонентов адресат раскрывает смысл сообщения: это ведь элементарно, мебель нужно покупать именно в данном мебельном центре.

В рекламных видеороликах банка «Тинькофф» «Кредит на свадьбу или строительство?» и «Деньги, которые возвращаются» И. А. Ургант выступает в роли лидера мнения и информирует аудиторию об услугах банка, используя прецедентные высказывания из сферы-источника «Общество» для привлечения внимания и создания комического эффекта («Совет Вам да Тинькофф» и «Спасибо в карман не положишь).

«Ни пуха, ни пера» – устойчивое словосочетание, обычно используемое в качестве напутственного пожелания успеха, но в рекламе встроенного пылесоса Vacuflo этот вербальный элемент прецедентности был трансформирован для описания товара: «Ни пуха, ни пыли».

Представляя собой совокупность вербальных и невербальных знаков, семиотически осложненный текст рекламы должен рассматриваться как единое структурное и смысловое целое. Результаты исследования свидетельствуют о том, что в поликодовом сообщении вербальные и невербальные знаки составляют не оппозицию, а многообразную совокупность — семиотическую макросистему. Более того, невербальные элементы прецедентности образуют своеобразный вторичный слой представления смысла рекламного текста.

Креолизованные рекламные тексты рассматриваются исследователями как важнейшие компоненты картины мира, в которых отражается не только реальная действительность, окружающая человека, не только условия его жизни, но и общественное самосознание народа, его менталитет, национальный характер, образ жизни, традиции, обычаи, мораль, система ценностей, мироощущение.

Проведенное исследование показало, что в русскоязычном рекламном дискурсе среди ментальных сфер-источников прецедентных феноменов преобладают такие сферы, как «Общество» и «Литература». Они представлены пословицами, поговорками, фразеологизмами, крылатыми фразами, отсылками к произведениям русской классики и детской литературы. Благодаря большому количеству обращений к искусству и литературе в русскоязычном рекламном дискурсе можно утверждать, что русскоязычная культура — книжная культура. В свою очередь, в англоязычном рекламном дискурсе наиболее часто употребляемой сферой-источником культурного знания является «Киноискусство», в которую мы включили популярные киноленты, мультфильмы и мультсериалы, что может свидетельствовать о принадлежности культур США и Великобритании к массовым культурам.

ЛИТЕРАТУРА

- 1. *Караулов, Ю. Н.* Русский язык и языковая личность / Ю. Н Караулов. 2-е изд., стереотип. М.: Едиториал УРСС, 2002. 264 с.
- 2.~Ильичева,~И.~Л.~ Взаимодействие компонентов семиотически осложненного текста: на материале англоязычной печатной рекламы: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04 / И. Л. Ильичева. Минск, 2007. 180 с.
- 3. Зырянова, Н. С. Рекламный текст в современной культуре: феноменологические и гносеологические особенности: автореф. дис. ... канд. филос. наук: 09.01.01 / Н. С. Зырянова. Челябинск, 2012. 25 с.
- 4. *Анисимова*, *E*. *E*. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация : на материале креолизованных текстов : учеб. пособ. / Е. Е. Анисимова. М.: Academia, 2003. 128 с.
- 5. *Барт, Р.* Риторика образа / Р. Барт // Избран. работы. Семиотика. Поэтика : пер. с фр. М. : Прогресс, 1989. 616 с.
- 6. *Горлатов*, *А. М.* Функциональный стиль рекламы в совр. немецком языке / А. М. Горлатов; Минск. гос. лингв. ун-т. Минск, 2002. 257 с.

- 7. *Еромейчик, Т. В.* Аксиологический аспект рекламной коммуникации: на материале англоязычной рекламы и белорусско- и русскоязычной рекламы Беларуси: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19 / Т. В. Еромейчик. Минск, 2015. 26 с.
- 8. *Корда, О. А.* Креолизованный текст в современных печатных СМИ: структурно-функциональные характеристики : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / О. А. Корда. Екатеринбург, 2013. 21 с.
- 9. *Раду, А. И.* Функционирование вербальных и невербальных компонентов коммуникации в рекламном дискурсе / А. И. Раду // Форма, значение и функции единиц языка и речи : материалы докл. междунар. научн. конф., Минск, 16–17 мая 2002 г. в 2 ч. Минск, 2002. Ч. 2. С. 107–109.
- 10. *Штукина, Е. Э.* Рекламный текст как феномен поликультурного города: на материале рекламы г. Костаная: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19 / Е. Э. Штукина. Челябинск, 2009. 23 с.
- 11. *Пирогова, Ю. К.* Речевое воздействие в рекламе / Ю. К. Пирогова. М.: Моск. гос. лингв. ун-т, 1996. 114 с.
- 12. *Зырянова, И. П.* Прецедентные феномены в заголовках российской и британской прессы / И. П. Зырянова. Екатеринбург, 2010. 22 с.

А. А. Биюмена, А. В. Турова (МГЛУ, Минск, Беларусь)

МЕТАФОРА В БЕЛОРУССКИХ СПОРТИВНЫХ МЕДИАТЕКСТАХ

Понятие *дискурс* носит амбивалентный характер и является одним из самых сложных и неоднозначных явлений в лингвистике, что вызывает неопределенности при трактовке данного термина. Этот феномен носит динамический характер, что объясняется постоянным развитием теории коммуникации, социолингвистики, психолингвистики и других научных сфер. Н. Д. Арутюнова трактует дискурс следующим образом: «Дискурс – связный текст в совокупности с экстралингвистическими, прагматическими, социокультурными, психологическими и другими факторами, текст, взятый в понятийном аспекте; речь, рассматриваемая как целенаправленное социальное действие, как компонент, участвующий во взаимодействии людей и механизмах их сознания (когнитивных процессах)» [1, с. 9].

Исследователи Л. А. Исаева и Н. Б. Казарина придерживаются широкого понимания термина *спортивный дискурс*, рассматривая его как класс речевых жанров, объединенных одной социальной сферой функционирования — спортивной деятельностью во всех ее проявлениях, основными агентами — спортсменами, тренерами и другими языковыми личностями, профессионально коммуницирующими в этой сфере; общей целью — сфокусировать усилия всех объединённых профессией индивидов и учреждений для достижения лучшего результата, обеспечивающего спортивную победу

в соревновании, – достигаемой через использование набора речевых стратегий и тактик, реализуемых в том числе и с помощью специальных речевых приемов [2].

При создании медиатекстов метафора является одним из самых востребованных языковых средств. Ее исследует широкий круг ученых, которые дают различные определения данному феномену, приводят разносторонние классификации и приписывают метафоре большой спектр функций. Широкие стилистические способности метафоры обеспечивают ее высокую степень задействования в медиадискурсе. По мнению А. П. Чудинова, к основным функциям метафоры относятся когнитивная, коммуникативная, прагматическая и эстетическая функции, каждая из которых в свою очередь может быть представлена теми или иными разновидностями (вариантами) [3].

Как пишет А. Н. Баранов, под метафорической моделью понимаются тематически связанные поля исходных проецируемых понятийных сфер [4]. Исследователи выделяют универсальные и частные модели. К числу универсальных С. Ульманн относит антропоморфизацию (персонификацию), абстрактизацию (перенос от конкретного к абстрактному) и синествию (перенос чувственно воспринимаемого на сущности, которые познаются рационально) [5]. Согласно классификации А. П. Чудинова, частные метафорические модели делятся на отражающие взгляд на человека как на центр мироздания (различные виды антропоморфных метафор), а также на выражающие отношения «человек-природа» (метафоры природы), «человек-общество» (социальные метафоры), «человек-результаты его труда» (артефактные метафоры) [6].

На примере текстов, освещающих Олимпийские игры—2018, было проанализировано метафорическое представление событий в спортивном медиадискурсе Беларуси. Источниками материала послужили новостные сюжеты, размещенные на белорусских порталах sputnik.by, naviny.by, aif.by, sb.by, belta.by, pressball.by. Материал исследования включает 70 статей, в которых было выявлено 79 метафор и выделены наиболее частотные типы метафор для белорусских медиатекстов указанной тематики. Результаты исследования отражены в Таблице.

Таблица Частотные метафорические модели в белорусских медиатекстах на тему Олимпийских игр

Вид	Кол- во	(%)	Примеры
Военная	33	41,77	Россияне завоевали 17 медалей, ожесточенная борьба, Германия сокрушила Швецию и Канаду, пропустили пару контратак, решающая битва (керлинг), фанаты вооружились хорошим настроением

Персони- фикация	12	15,2	Беларусь возлагает надежды, Чехия взяла золото, зима злилась, Олимпиаде осталось вздохнуть и выдохнуть
Природная	9	11,4	Воздушная гавань, скандал полыхал, пласт работы, мрак/полумрак (о медальном зачете), олимпийский поток, вспышка норовируса
Механисти- ческая	7	8,86	« Красная машина », давили психологически, единый механизм
Синестезия	6	7,59	Холодный стиль, Белые игры, продрогшие сердца, вопросы приобретают пикантность
Химиче- ская	5	6,33	Сплав молодости и опыта, железный спрос, свинцовые тучи
Абстракти- зация	3	3,8	Александр Воронов вылетел в четвертьфинале, строгать чемпионов
Архитектур- ная	1	1,27	она заложила фундамент
Геометри- ческая	1	1,27	прочно вошла в кру г наших болельщицких интересов
Литератур- ная	1	1,27	поставила жирную точку
Рыболовная	1	1,27	медальный улов

Наиболее часто в исследуемых текстах используется социальная метафорическая модель *«Олимпиада – это война, борьба»* (41,77 % всех метафорических словоупотреблений). Центральное место в новостных материалах занимает описание событий во время прохождения Олимпийских игр с помощью концептуальной метафоры войны, где можно проследить моделирующую разновидность когнитивной функции. При этом посредством использования системы взаимосвязанных метафор создается модель реальности Олимпийских игр при помощи системы концептов, относящейся к понятийной области войны. Поэтому для обозначения событий, происходящих во время Олимпиады, часто используют выражения, уместные при описании военных действий, сражений, битв и т.п.: В середине периода, на 30-й минуте, россияне и вовсе пропустили контратаку, которая завершилась броском Феликса Шульца; На зимних Играх мы были свидетелями ожесточеннейшей борьбы не только на стадионах, но и в судейских кулуарах; Седова и Нечаевская в ходе Олимпиады завоевали бронзовые награды в эстафете; Наверняка останется в строю Максим Густик, добавятся нынешние юниоры – Дмитрий Мазуркевич и Павел Дик.

Как видно из приведенных примеров, язык спорта нередко представляет собой продукт метафоризации военной лексики. Использование военных метафор при создании публикаций на спортивные темы является естественным феноменом, что можно объяснить как исторической корреляции между войной и спортом, так и наличием общих черт в правилах большого количества спортивных игр и военных действий, а также тенденцией к проявлению экспрессии при описании спортивных событий.

Артефактная метафора (16,23 % всех метафорических употреблений) представлена в медиатекстах широким спектром моделей. Самой частотной моделью является механистическа я разновидность. Среди механистических метафор встречаются примеры, в которых для передачи негативного смысла используются лексемы давление, давить и напор: давление будет оказано на нашу сборную в Пхенчхане; Как ни давили российскую сборную психологически, она в очередной раз доказала силу духа наших спортсменов; остался последний воскресный день спортивного праздника «пяти колец», да и то без особого состязательного напора.

Еще несколько примеров связаны с автомобильным делом: вмешаться в ситуацию и «разрулить» ее оперативно и справедливо; семнадцать дней пронеслись со стремительностью автомобиля корейской сборки; «Красная машина» победила.

В материале исследования были обнаружены примеры единичных артефактных метафор: архитектурной (Сейчас она [Алла Цупер] вошла в рабочую кондицию, заложила фундамент для сложных прыжков, и все прыжки она собирала на заключительном сборе в Японии и на последних тренировках перед Олимпиадой); геометрической (Биатлон, фигурное катание, хоккей за многие десятилетия прочно вошли в круг наших болельщицких интересов); литературной («Красная машина» победила и своей победой поставила жирную точку в олимпийской эпопее); рыболовной (Медальный улов вроде бы неплох — второй по успешности результат на зимних Играх в суверенной истории).

Среди метафор, отражающих от ношения между человеком и природой (их доля составляет 17,7% всех словоупотреблений), А. П. Чудинов выделяет метафору живой и неживой природы [3]. В исследуемых текстах в природных метафорах сравнение основано на внешнем и функциональном сходствах: Абстрагируясь от успехов женского биатлона и фристайла, во всем остальном — если не мрак, то полумрак уж точно. С помощью природной метафоры в данном примере реализуется эвфемистическая разновидность когнитивной функции, где с помощью слов мрак и полумрак обозначается далеко не самая удачная картина медального зачета.

В проанализированных текстах была использована лишь одна метафора живой природы — зооморфная разновидность, которая послужила описанию физических качеств спортсменов: *Но рыси при всей ее сноровке трудно сравниться со снежным барсом* — это природа, и против нее не попрешь.

Вторая группа метафор, которые выражают отношения «человек-природа», представлена химической метафорой, ее доля составляет 6,33 % всех словоупотреблений. В двух примерах наблюдается перенесение свойств металлов на другие предмета с целью придачи им таких качеств, которые можно описать прилагательными крепкий, сильный, то есть другие понятия наделяются качествами стали и железа: 22-летняя Динара Алимбекова проявила себя железной леди, у которой вместо нервов стальные тросы; Слабая работа тренеров, и не было железного спроса у федераций. С по-

мощью качественного прилагательного *свинцовый* тучи приобретают сразу несколько свойств — *серый и тяжелый:* Но в субботу небо к моменту нашего усталого полуденного пробуждения уже было по-настоящему затянуто ранее невиданными здесь **свинцовыми тучами.**

Следующим примером химической метафоры выступает словосочетание рафинированный стиль — так в новостном тексте описывается стиль фигурного катания российских спортсменов, при этом стилю придается негативная коннотация. В области химии прилагательное рафинированный означает 'очищенный, подвергнутый очистке' [7]. В следующем примере отмеченное сочетание приобретает отрицательное значение 'нарочито правильный и искусственный стиль': В голове как-то не укладывается: откуда у спортивных внуков и правнуков Елены английский стиль? Без эмоций, скатанный до абсолюта, предельно рафинированный, но очень холодный.

Метафора *сплав молодости и опыта* отождествляет неразрывную связь этих понятий, которые, подобно металлам, объединяются в одно целое: *Пока многие говорят о сплаве молодости и опыта* в спорте, это происходит в российском хоккее уже сейчас.

Различные виды а н т р о п о м о р ф н ы х м е т а ф о р составляют 15,2 % всех метафорических словоупотреблений. Была прослежена тенденция к частому использованию п е р с о н и ф и к а ц и и, когда в большинстве примеров свойствами живых существ наделялись страны-участницы Олимпийских игр: Беларусь возлагает надежды, Беларусь пропустила вперед Чехию, взявшую золото в сноуборде и др., то есть самой частотной моделью этого вида метафор является модель «Страна – это Человек».

С помощью персонификации были представлены и такие понятия, как организация, Олимпиада, пора года: Сообщает издание «Советский спорт»; Зима злилась, выражала свое недовольство; Олимпиаде осталось вздохнуть и один раз выдохнуть.

Кроме этого, встретились единичные примеры употребления антропоморфных метафор, относящихся к другим моделям. Так, на основании сходства с семейными родственными связями, подопечные тренера были названы «спортивными внуками и правнуками»: откуда у спортивных внуков и правнуков Елены Чайковской английский стиль?

На долю с и н е с т е з и и приходится 7,59 % всех метафорических употреблений в материале исследования. В следующих примерах наблюдается тенденция использования лексем, которые передают чувство холода, погружая при этом реципиента новостного сообщения в зимнюю, холодную атмосферу: Без эмоций, скатанный до абсолюта, предельно рафинированный, но очень холодный стиль; Белые игры на исходе — остался последний воскресный день спортивного праздника «пяти колец»; Но «Альпензию» покорить до сих пор не удалось. Пока только продрогиие сердца и совершенно замерзшие глаза, в которых льдинки-сомнения от Снежной королевы.

В следующих примерах употребляются однокоренные лексемы пикантный и пикантность, так как они позволяют показать интерес, любопытство,

которые появляются при восприятии связанных с ними словосочетаний: вопросы о том, каким макаром главный праздник зимнего спорта оказался спроважен в Пхенчхан и прочие Канныны, приобретают все большую и большую пикантность; но, разумеется, Домрачева со своими шестью промахами находилась в пикантной, как местный соус для капусты чимча, ситуации.

На долю абстракции приходится 3,8% всех метафорических употреблений в материале исследования: Александр Воронов прошел квалификацию в спринте, но сразу же вылетел в четвертьфинале; Что же непосредственно до Антона Кушнира, то для него Пхенчхан — незаживающая рана; Но очевидно, что фристайл во всех его широких проявлениях — это наш вид спорта. Который даже не сегодня и не завтра, а уже вчера необходимо было поставить на олимпийский поток и «строгать» чемпионов.

В проанализированных медиатекстах были выявлены различные метафорические модели, но самой частотной по употреблению оказалась военная метафора, которая помогает эффективно и наглядно репрезентировать события из мира спорта. В психологическом смысле Олимпийские игры есть аналогия войны, где участники соперничают между собой, состязаются, ктото побеждает, кто-то проигрывает. Данное сходство обусловливает широкое метафоризированное использование военной лексики в спорте, что позволяет обогатить словарь спортивной лексики экспрессивными, наглядными лексическими единицами: бой, бороться, завоевывать, атака, контратака, противостояние, битва, борьба и т.д.

ЛИТЕРАТУРА

- 1. *Арутнонова*, *Н*. Д. Метафора / Н. Д. Арутнонова // Лингвистический энциклопедический словарь // под ред. В. Н. Ярцевой. М. : Сов. энцикл., 1990. С. 296–297.
- 2. *Исаева*, Л. А., Спортивный дискурс: дискретизация континуума [Электронный ресурс] / Л. А. Исаева, Н. Б. Казарина. Режим доступа: http://cyberleninka.ru/article/n/sportivnyy-diskurs-diskretizatsiya kontinuuma. Дата доступа: 18.11.2018.
- 3. *Чудинов, А. П.* Очерки по современной политической метафорологии : Монография / А. П. Чудинов. Екатеринбург : Урал. гос. пед. ун-т, 2013. 176 с.
- 4. *Баранов*, *А. Н.* О типах сочетаемости метафорических моделей / А. Н. Баранов // Вопросы языкознания. -2003. -№ 2. -ℂ. 73–94.
- 5. Ульманн, C. Семантические универсалии / C. Ульманн // Новое в лингвистике M., 1970. Bып. 5. C. 250–299.
- 6. Чудинов, А. П. Россия в метафорическом зеркале: Когнитивное исследование политической метафоры (1991–2000) : моногр. / А. П. Чудинов. Екатеринбург : Урал. гос. пед. ун-т, 2001. 238 с.

7. *Викисловарь* [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://ru.wiktionary.org/wiki/. – Дата доступа : 20.11.2018.

М. Г. Богова, В. И. Корнушенко (Минск, Республика Беларусь)

ЯЗЫКОВАЯ ИГРА КАК СРЕДСТВО СМЫСЛОВОГО ОБОГАЩЕНИЯ В ТЕКСТАХ ЦИКЛА А. САПКОВСКОГО «САГА О ВЕДЬМАКЕ»

Феномен игры интересовал многих выдающихся ученых. Начиная с античных времен и до наших дней этому явлению посвящено большое количество научных трудов известных людей.

Платон рассуждал об игре в своем диалоге о проблеме идеального государства, предопределил предстоящее возникновение и развитие большого числа интерпретаций и представлений игры, указал на ее двойственность, восходящую к теории о дуализме вещей и идей [1]. Аристотель определял игру как живой процесс коммуникации и обучения, выдвинув идею эстетического воспитания, направленную на духовное совершенствование человека [2].

Термин *языковая игра* ввел австрийский философ и лингвист Л. Витгенштейн [3]. Он рассматривал ее как способ осуществления любой из языковых функций: коммуникативной, экспрессивной, кумулятивной и др., связывал этот феномен с умением говорящего применять языковые средства в роли участника коммуникативного акта. Под *игрой* он подразумевал любую деятельность, которая связана с языком, считал ее инструментом, с помощью которого дети осваивают свой родной язык, перечислил ее примеры [3, с. 9].

Нидерландский философ Й. Хейзинга [4] утверждал, что у игры отсутствует моральная функция, заявлял, что человеческая культура образовывается и формируется как игра: «Играя, речетворящий дух то и дело перескакивает из области вещественного в область мысли. Всякое абстрактное выражение есть речевой образ, всякий речевой образ есть не что иное, как игра слов. Так человечество все снова и снова творит свое выражение бытия, второй, вымышленный мир рядом с миром природы» [4, с. 15].

Американский антрополог и лингвист П. Фарб [5] отмечал, что речевое поведение человека можно расценивать как взаимодействие или игру, собеседники исходят из инстинктивного соблюдения правил и стратегий говорения, принятых в их обществе. В этом употреблении игра значительно шире узкого толкования термина как словесной игры с целью пошутить или развеселить собеседника. Языковая игра имеет общие признаки с другими видами игры: минимальное количество участников игры, хотя в игре может оказаться любой человек; «разыгрывание» определенной ситуации, в процес-

се которой участники стараются одержать верх; собственный стиль участников; наличие правил, которые усваиваются автоматически, т.к. участники относятся к конкретной языковой группе, и др.

Сегодня в лингвистике под *языковой игрой* принято понимать осмысленное отступление от норм с целью оказать влияние на получателя информации тем или иным образом [6, с. 13]. Языковую игру противопоставляют языковой ошибке, возникающей вследствие неумышленного несоблюдения норм: «Языковая игра — это некоторая языковая неправильность и, что очень важно, неправильность, осознаваемая говорящим или пишущим и намеренно допускаемая. При этом слушающий или читающий также должен понимать, что это «нарочно так сказано», иначе он оценит соответствующее выражение просто как неправильность или неточность. Только намеренная неправильность вызовет не досаду и недоумение, а желание поддержать игру и попытаться вскрыть глубинное намерение автора, эту игру предложившего» [6, с. 23].

Выделяют следующие условия функционирования языковой игры [7]: умение человека оригинально и колоритно использовать слова или выражения; целенаправленный поиск способов разрушения языковых структур и стереотипов речевого восприятия; адресность языковой игры.

Языковая игра как текстообразующий фактор характеризуется использованием уникальных авторских приемов на различных уровнях функционирования текста: графическая игра с нестандартным оформлением текста (манипуляции над шрифтами, цветом, знаками пунктуации и т.д.); фонетическая игра на основе аллитерации, ассонанса, консонанса, звукоподражания и рифмы; словообразовательная игра за счет создания новых слов и выражений при помощи формантов (суффиксов, префиксов, постфиксов и т.д.); морфологическая игра, содержащая в себе игру с многозначностью и сочетаемостью слов, ориентирована на формирование комического эффекта и эффекта неожиданности, для чего в каламбурах используются омонимы и омофоны.

Анализ текстов серии книг в жанре фэнтези польского писателя А. Сапковского «Сага о Ведьмаке» [8] позволяет рассмотреть, как создается языковая игра в литературных произведениях. Приведем несколько примеров:

- *Ну-ну,* **милсдари**, - сказал кмет. - *Вам* бы все хиханьки да хаханьки, а как нам его **таперича** женить-то? Ежели он **опосля** того, как вы ему в **умишко долбанули**, вовсе дурной стал, дня от ночи не отличает?

Употреблено слово *умишко* в значении 'голова', ошибки допускаются для демонстрации просторечия.

- Святая правда, - сказал старший кмет. - **Надыть** дело кончать, потому как время не ждет. Давайте коня. Того, вороного. **Нужон** нам, чтобы вомпера отыскать. Сыми, девка, дите с седла.

Для демонстрации речи крестьян допущены фонетические и графические ошибки, обыгрывается просторечие.

- Цирюльники, алхимики и им подобные выкапывают на жальниках трупы, чтобы потом проделывать с ними разные **экскременты**.
- **Эксперименты**. Для этих целей используют свежие трупы. A здесь очень старое кладбище.
- В тексте для создания комического эффекта обыгрывается схожесть звучания слов экскременты и эксперименты.
 - Чудится тебе, трубадуй.

Ошибка в созвучном слове *трубадур* сделана для создания комического эффекта.

– Ты пожалел того **обраковевшего отвратника**, хотя ты – ведьмак, а ведьмаки на то и созданы, чтобы таких чудов выкорчевывать.

Словообразовательная игра (ранее в тексте герои встретили существо, напоминающее ракообразное существо).

— **Осёльство**, — прокомментировала Мильва. — Ведь же евонная цель — Циря. Как же это так: она — ничто?

Еще один пример словообразовательной игры: слово *осёльство* образовано присоединением суффикса *–ств*- к слову *осёл*. В тексте употребляется в значении 'чушь', 'глупость'.

- Mы касательно Mаптя, -сказал один из кметов.
- Не покупаем, в унисон буркнули краснолюды и гном.

Каламбур образован с помощью омонимии — прозвище персонажа Ла- *поть* и названия обуви *лапоть* (плетеная обувь из лыка), он создает комический эффект.

- Вы сами-то видели?
- *Нет. Гаско сплюнул. И* видеть не хочу.
- **Плетете**, господин кастелян, плетете, поморщился.

В этом примере наблюдается игра слов, основанная на многозначности. Основное значение слова *плести* — изготавливать что-то путем соединения полос или нитей, перевивая их и закрепляя в одно целое, ср.: *плести корзину*, плести венок. В разговорной речи слово *плести* может употребляться в значении 'болтать что-то невразумительное'. Второе значение этого слова — 'затевать что-либо, т.е. для получения желаемого результата вести социальные взаимодействия, основанные на тайных желаниях, слабостях и зависимостях характера человека', напр.: *плести интриги или заговоры*. В тексте одинаково подходят два последних значения. Читатель может подумать, что персонажи что-то недоговаривают, тем самым хотят совершить тайные действия неблаговидного характера для достижения своей цели. С другой стороны, можно понять, что они несут чушь, т.к. рассказывают о том, чего сами не видели.

— У нас, в Долине, — медленно произнес Дхун, — уже и ранее объявлялись **страховидлы**. Летучие драконы, земные вьюны, **бурдалаки**, упыри, **агромадное паучье** и разное **змейство**. А мы всегда **супротив энтого гадства** искали совета в нашей книге.

Слово *страховидло* (заимствование из украинского языка) обозначает монстра, страшное фантастическое существо необычного пугающего безобразного вида. Употребление слова *бурдалак* (искаженное *вурдалак*) – пример народной этимологии, лексической ассоциации, возникающей под влиянием просторечия. *Агромадный* — искаженное написание словообразования *огромадный* (огромный + громадный). Слово *паучье* используется как существительное (не путать с *паучье логово*, *паучье чутье*) для обозначения паукообразных существ. Словообразовательная игра применена в собирательном существительном *змейство*, созданного с помощью присоединения суффикса — *ств*-. Диалектизм или просторечие *энтого* созданиет задуманную атмосферу и подчеркивает необразованность персонажа.

Говоря о восприятии текста художественного произведения, российский филолог и лингвист Г. И. Богин выделил несколько уровней понимания [9]: (1) Семантизирующее понимание встречается в процессе изучения и овладения как родным, так и иностранным языком, а также при нарушении в понимании словоупотребления, нуждающегося в семантизации в определенном контексте. (2) Когнитивное понимания содержания в процессе преодоления трудностей в усвоении содержания. (3) Распредмения мыслительных процессов. Данный тип понимания, как правило, обращен на художественные тексты. Результатом является познание смыслов художественного текста.

Игру слов можно рассматривать и как средство опредмечивания авторских смыслов. Для более точного понимания места игры слов в системе смыслов художественного произведения, следует обратить внимание на функции, которые выполняют игровые приемы в тексте:

При выполнении **интегративной функции** игра слов помогает читателю воспринимать текст как единое целое, напр., она реализуется в заглавии «Крещение огнем», которое связывает и пронизывает весь текст. Слово крещение в данном контексте не связано напрямую с христианским таинством, а употребляется в значении испытание, огонь отождествляет трудности, бой, через которые проходят герои: Так и получилось, что один ведьмак и один союзный ему нильфгаардец заорали, завертели мечами и не раздумывая ринулись вперед, два спутника, два друга, два соратника — навстречу общему врагу, в неравный бой. И это было их общее крещение. Крещение общим боем, яростью, сумасшествием и смертью. Один из главных героев в прямом смысле слова проходит испытание огнем, чтобы спасти невиновную девушку от сожжения на костре.

Индивидуализирующая функция игры слов: чтение текста для реципиента всегда связано с индивидуацией, выделением значимых признаков информации для усвоения и интерпретации. Важным элементом при этом является жанроустановление. Читатель может определять жанр на уровне всего произведения в целом или же на уровне какой-то его части, так как жанр может меняться на протяжении повествования. За счет этого

у читателя формируются определенные ожидания, исчезает неопределенность. Жанр «Саги о ведьмаке» — темное фэнтези, что позволяет читателю сформировать определенные ожидания, которые удовлетворяются в процессе чтения.

Функция создания атмосферы с помощью голоса автора осуществляется передачей внутренних монологов персонажей в виде несобственнопрямой речи:

Двери. Бесконечное множество дверей с гигантскими тяжелыми створками беззвучно отворяются перед ними. А на конце, в непроглядной тьме, те, которые не откроются сами. Которых открывать нельзя.

Если боишься, вернись.

Эти двери отворять нельзя. Об этом ты знаешь.

Знаю.

И все-таки ведешь меня туда.

Если боишься – вернись. Еще не поздно. Есть еще время возвратиться.

Метаязыковая функция: игра слов довольно часто выступает в качестве инструмента осмысления языковых и речевых форм, обнаружения их противоречивости и абсурдности, поиска происхождения слов и выражений. В цикле «Сага о Ведьмаке» А. Сапковский создал «Старшую Речь» — вымышленный язык эльфов, основанный на английском, французском, валлийском, ирландском, латинском и других языках:

- Кажется, ты собиралась предложить мне покататься на санках. Старшей Речью. Ну, предлагай.
 - *Хм... Как будет «санки»?*
 - Sledd как предмет. Aesledde как действие.
 - Ага. Понятно. Va'enaesleddeell'ea?
 - Так вопрос заканчивать нельзя. Это невежливая форма.

<...>

- Ну, слушаю. Итак, полная фраза: «Погода у нас сегодня прекрасная, поэтому пойдем кататься на санках».
 - Elaine ... Xm ... Elaine tedda'taeghane, a va'enaesledde.

Слово *sledd* 'санки' в Старшей Речи взято из валлийского языка (*sled*) и слегка видоизменено. Приставка *ae*- образует глагольный инфинитив.

Подведем итоги: А. Сапковский прибегает к языковой игре с помощью многообразных лингвистических приемов, используя ее в различных функциях, чем закладывает разные уровни понимания и обеспечивает смысловое обогащение текстов.

ЛИТЕРАТУРА

- $1.\ \Pi$ латон. Сочинения в четырех томах / Платон. СПб. : Изд-во С.-Петерб. ун-та, $2007.-T.\ 3.\ ч.1.-752$ с.
- 2. *Аристомель*. Поэтика. Риторика / Аристотель. СПб. : Азбука, 2000. 320 с.

- 3. Витгенштейн, Л. Философские исследования / Л. Витгенштейн // Allibrary [Электронный ресурс]. 2018. Режим доступа: http://www.al-24.ru/wp-content/uploads/2014/12/люд_1.pdf. Дата доступа: 04.10.2018.
- 4. *Хейзинга*, *Й*. HomoLudens. / Й. Хейзинга. М. : Прогресс-Традиция, 1997. 416 с.
- 5. Farb, P. Word Play: What Happens When People Talk / P. Farb // Internet Archive [Electronic resource]. 2018. Mode of access: https://archive.org/details/wordplay00pete. Date of access: 04.10.2018.
- 6. Санников, В. 3. Русский язык в зеркале языковой игры / В. 3. Санников. М. : «Языки русской культуры», 1999. 544 с.
- 7. *Цикушева*, *И. В.* Феномен языковой игры как объект лингвистического исследования / И. В. Цикушева // Известия Российского гос. педаг. ун-та им. А. И. Герцена. СПб., 2015. № 176. С. 169 171. [Electronic resource]. Режим доступа: https://cyberleninka.ru/article/v/fenomen-yazykovoy-igry-kak-obekt-lingvisticheskogo-issledovaniya Дата доступа: 04.10.2018.
- 8. *Сапковский, А.* Последнее желание. Меч Предназначения. Кровь эльфов. Час презрения. Крещение огнем. Башня Ласточки. Владычица Озера: пер. с польс. / А. Сапковский. перевод с польского языка) М.: Изд–во АСТ, 2016. С. 5–1341.
- 9. *Богин,* Γ . V. Обретение способности понимать: Введение в филологическую герменевтику / Γ . V. Богин. 2018. [Электронный ресурс].— Режим доступа: http://scibook.net/germenevtika-filologicheskaya/obretenie-sposobnosti-ponimat-vvedenie.html. Дата доступа: 05.11.2018.

М. Г. Богова, К. Г. Петросян (МГЛУ, Минск, Беларусь)

СТРАТЕГИИ И ТАКТИКИ РЕЧЕВОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ В АГОНАЛЬНОМ ЖАНРЕ ПРЕДВЫБОРНЫХ ДЕБАТОВ

Агональность, по мнению Е. И. Шейгал, является одной из составляющих функциональной триады политического дискурса: «Эта функциональная триада проецируется на базовую семиотическую оппозицию политического дискурса «свои—чужие»: ориентация есть не что иное, как идентификация агентов политики (кто есть кто? где свои и где чужие?), интеграция — сплочение «своих» против «чужих», агональность — борьба против «чужих» и за «своих» [1, с. 121]. Автор структурирует жанровое пространство политического дискурса в соответствии с данной функциональной триадой, классифицируя жанры по характеру ведущей интенции и относит предвыборные теледебаты к агональным жанрам.

Речевое взаимодействие в предвыборные дебаты, организовано вокруг конфликта целей участников — убедить избирателей в том, что именно он является идеальным кандидатом на пост президента, коммуникация направлена на его разрешение, но не на компромисс. Взаимодействие в рамках этой игровой коммуникативной формы ограничено в пространстве и времени,

характеризуется наличием заранее установленных и добровольно принимаемых участниками правил и возможностью собственной победы. Для дискурса дебатов характерно выраженное противостояние и вербальная агрессия, примером чему являются праймериз США 2016 г. кандидатов в президенты Д. Трампа и проигравшей ему Х. Клинтон.

Параметры речевого воздействия в агональных жанрах политического дискурса определяются структурой диалога, который отличается системностью и соотносимостью составляющих его компонентов, но разворачивается линейно. Это создает необходимость для коммуникантов совершать действия, направленные не только на модификацию фрагментов знания аудитории, но и на нейтрализацию эффекта воздействия речи оппонента.

Анализируя стратегии и тактики речевого воздействия, использованные в предвыборных дебатах, согласно классификации Ю.М. Ивановой [2] можно выделить интродуктивную, варьирующую и аддитивную стратегии, в каждой из которых применялись разные тактики.

Стратегия базового уровня получила название *интродуктивной*, т.к. коммуниканты применяют ее для первичного ввода информации, она оказывается достаточной для того, кто в диалогическом единстве или после смены темы говорит первым. Коммуникант, говорящий вторым (третьим и т.д.), должен не только вводить информацию, но и нейтрализовать эффект воздействия речи своего оппонента. Для этого он может использовать одну из стратегий более высокого уровня. Интродуктивная стратегия была реализована соперниками во время дебатов в трех тактиках.

Тактика понятий ной категоризации: Во время обсуждения вопросов, касающихся беженцев и мексиканских мигрантов, Д. Трамп и Х. Клинтон использовали следующие дефиниции для категоризации понятия иммиграции: ...they're murderers, drug lords, drug problems...; ...we need the wall...; ...undocumented labor... Тактика была направлена на модифицирование понятий и включала противопоставление определенных признаков ситуаций, отождествление объектов одного уровня (вещи с вещью, ситуации с ситуацией), а также собственно категоризацию.

Тактика образной категоризации. О воздействующей силе метафор известно давно. Во время обсуждения вопросов, касающихся беженцев из Сирии, Д. Трамп заявил, что они связаны с исламистской террористической организацией: "...who probably in many cases, not probably, who are definitely in many cases ISIS-aligned", а значит такой большой поток мигрантов станет для страны самым настоящим Троянским конем: And we now have them in our country and wait until you see this is going to be the great Trojan Horse. And wait until you see what happens in the coming years. Lots of luck, Hillary. Thanks a lot for doing a great job. Метафора дает понять избирателям, что описанная ситуация касается всей нации (we, our country).

Тактика ценностной ориентации. Мнения о нелегальной миграции из Латинской Америки разнились среди кандидатов, и особо категоричным в этом вопросе являлся кандидат от республиканской партии

Д. Трамп: We have no country if we have no border.; We have to keep the drugs out of our country.; One of my first acts will be to get all of the drug lords, we have some bad, bad people in this country that have to go out. При реализации этой тактики кандидат ориентировался на общие культурные ценности, соотнося или противопоставляя объекты реальности тем или иным ценностным доминантам культуры. Процесс иммиграции связывался с нарушением таких ценностных установок культуры, как безопасность народа и сильная Америка.

X. Клинтон была менее категоричной в вопросах иммигрантов. Она попыталась воздействовать на избирателей с помощью такой ценности как семья: ... I was thinking about a young girl I met here in Las Vegas, Carla, who was very worried that her parents might be deported because she was born in this country but they were not. They work hard and do everything they can to give her a good life. And you're right, I don't want to rip families apart. I don't want to be sending parents away from children...

Стратегия второго уровня преследует особую цель речевого воздействия помимо основной. В самом общем виде назначение *варьирующей стратегии* — контроль над качеством подаваемой оппонентом информации. Этот контроль осуществляется посредством двух тактик: тактики верификации и тактики метаязыкового комментирования.

Тактика верификации. На примерах видно, как Д. Трамп пытался указать на несоответствие подаваемой оппонентом информации, он приводит для этого статистические данные: ... Now she wants to sign transpacific partnership. She lied when she said she didn't call it the gold standard in one of the debates. She totally lied and they fact checked and said I was right.; You talk, but you don't get anything done, Hillary. You don't, just like when you ran the state department, \$6 billion is missing. How do you miss \$6 billion? You ran the state department. It was either stolen, they don't know, it's gone – 6 billion. If you become president, this country is going to be in some mess, believe me. Тактика верификации выполняет задачу разоблачения оппонента, уличения его во воздействия, Нейтрализация оказанного на аудиторию оппонента, достигается за счет разрушения доверия к его словам. Это делает данную тактику весьма эффективной, используются такие операции, как выделение эталона истинности (статистические данные, общеизвестные истины) и указание на несоответствие эталону, указание на внутреннюю противоречивость доводов оппонента путем сличения высказываний, сделанных в разное время.

Тактика метаязыкового комментирования. Обсуждая вопросы в отношении России, Д. Трамп подчеркнул, что президент России не уважает Х. Клинтон, и отметил, что она трусит: Putin has no respect for her. He has no respect for our president. And I'll tell you what, we're in very serious trouble because we have a country with tremendous numbers of nuclear warheads,

1,800, by the way, where they expanded and we didn't -1800 nuclear warheads, and **she's playing chicken**. В ответ X. Клинтон, не сдерживая эмоций, применила такую же тактику: Well, that's because he'd rather have a **puppet** as president.

В качестве стратегического средства нейтрализации доводов оппонента участники дебатов прибегали к метаязыковому комментированию. Суть тактики метаязыкового комментирования [3, с. 12] в том, что для разрушения смысловых связей, установленных речью оппонента, говорящий прибегает к рефлексии по поводу этой речи. Тактику маркируют в речи лексемы эвфемизм, софизм, наукообразный и т.п. – термины языкознания, говорящий употребляет выражения с метаязыковой семантикой вне рамок научного дискурса.

Цели **аддитивной стратегии третьего уровня** — модификация определенных фрагментов знания реципиентов; минимизация эффекта воздействия речи оппонента, а главное, замена компонентов знания новым знанием.

Тактика введения новых фактов. Д. Трамп, говоря о плане налоговой политики Х. Клинтон, дает резко отрицательную оценку при помощи тактики ценностной ориентации: regulations are a disaster, представляя аудитории сведения, которые показывают важность крупных предприятий страны: She's going to raise taxes \$1,3 trillion... You are going to drive business out. Your regulations are a disaster... So what they're [companies] doing is they're leaving our country, and they're, believe it or not, leaving because taxes are too high and because some of them have lots of money outside of our country... And here's the thing. Republicans and Democrats agree that this should be done, \$2.5 trillion. I happen to think it's double that. It's probably \$5 trillion that we can't bring into our country, Lester. Аудитории сообщаются фактические данные, которые могут быть выгодны для представления говорящего в глазах аудитории.

Вторая тактика — введение нового аспекта. Х. Клинтон использует указанием, что Д. Трамп нашёл некую лазейку и уже давно не платит налоги. Факты, о которых говорил Д. Трамп, не подвергаются верификации, их воспринимают как верные: ... you have what is called now the Trump loophole, because it would so advantage you and the business you do. You've proposed an approach that has \$4 billion tax benefit for your family. And when you look at what you are proposing... Информации, о которой сообщалось в речи оппонента, придается новый смысл путем введения нового угла рассмотрения проблемы. Такое представление о ситуации имплицирует противопоставление «приоритетов»: с одной стороны, финансирование бюджетных программ и бесплатное образование, с другой — содействие крупному капиталу. Оперируя данной системой противопоставлений, X. Клинтон идентифицирует себя с первой частью оппозиции, а своего противника — со второй, что достигается за счет существования в сознании аудитории базовой оппозиции «мы—они».

В системе стратегий и тактик речевого воздействия были использованы разнообразные языковые средства: метафоры, эпитеты, риторические вопросы, повторы, противопоставления, пассивные формы, а для сближения с аудиторией — инклюзивное местоимение *мы*. Самым распространенным синтаксическим средством воздействия следует назвать категорию модальности.

Таким образом, стратегии и тактики в системе речевого воздействия — особый способ оперирования единицами языка для создания предпосылок изменения знаний слушателя. Они образуют уровневую структуру, имеют разные цели, реализуются путем прямого сообщения информации или привлечением к рефлексии. Базовая информационная стратегия воздействия присуща не только диалогическим, но и монологическим текстам, поскольку воздействие — ее единственная цель. Стратегии второго и третьего уровней диалогичны по сути; поэтому превращают монологические по форме тексты в диалог по содержанию. Знание особенностей агонального диалога обеспечивает эффективность речевого воздействия на реципиента.

ЛИТЕРАТУРА

- 1. *Шейгал, Е. И.* Семиотика политического дискурса / Е. И. Шейгал Волгоград : Волгоградский гос. пед. ун–т, 2000. 431 с.
- 2. *Иванова*, *Ю*. *М*. Стратегии речевого воздействия в жанре предвыборных теледебатов: дисс... канд. филолог. наук / Ю. М. Иванова. Волгоград, 2003. 138 с. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.dissercat.com/content/strategii-rechevogo-vozdeistviya-v-zhanre-predvybornykh-teledebatov Дата доступа: 23.04.2018.
- 3. *Вепрева, И. Т.* Метаязыковой комментарий в современной публицистике: типология и причины вербализации языкового сознания / И. Т. Вепрева // Известия РАН. Серия Литературы и Языка, том 61, 2007. С. 12 21.

С. Е. Борзенец, П. В. Ивашкина (МГЛУ, Минск, Беларусь)

ЛЕКСИЧЕСКИЕ И ГРАФИЧЕСКИЕ СОКРАЩЕНИЯ В АНГЛОЯЗЫЧНОЙ СМС- И ЧАТ-ПЕРЕПИСКЕ

В настоящее время интернет-сообщество выработало свой собственный диалект, основу которого составляет разговорный язык, язык созвучий и аббревиатур. Этот новый язык общения сформировался в результате быстрого развития интернета и средств связи.

Аббревиация (сокращение) как особый способ словообразования направлена на создание более коротких по сравнению с исходными словами и словосочетаниями синонимичных им номинаций [1]. Современные исследования выявляют постоянную тенденцию к увеличению числа единиц, образованных именно этим способом словообразования. В качестве основной

причины продуктивности аббревиации следует указать стремление к языковой экономии. Как указывает А. Мартине, закон экономии языковых усилий выражается в стремлении языка к передаче все большего количества информации в единицу времени [2]. В силу своей универсальности закон экономии языковых усилий в той или иной степени проявляется во всех естественных языках, однако особенно ярко — в английском языке: как известно, его характерной чертой является тенденция к односложности слов.

Особую значимость в росте продуктивности аббревиации приобретают экстралингвистические факторы. В последнее время все шире распространяется интерактивное общение в сети Интернет в режиме реального времени. Увеличившаяся скорость передачи данных и возросшая производительность компьютеров, а также многократное увеличение объемов информации требует определенных стратегий кодирования сообщений, направленных на сбережение времени коммуникантов. Немаловажной целью такого кодирования является стремление сделать информацию недоступной для понимания «непосвященных» [3, с. 12]. В этих условиях использывание системы аббревиатур и графических сокращений приобретает особую актуальность.

При образовании сокращений пользователи Интернета проявляют удивительную изобретательность и фантазию. Согласно статистике одного из крупнейших сайтов, посвященных сокращениям в сети, в его базе в настоящее время существует более 7 млн зарегистрированных англоязычных сокращений [4].

Как указывает З. А. Харитончик, при выстраивании классификации сокращений следует учитывать ряд параметров [5, с. 189]:

- тип исходной единицы (слово, словосочетание, набор слов);
- количество элементов в исходном наименовании;
- порядок следования элементов;
- тип результативного аббревиатурного знака (инициал, слог, слово);
- позиция, занимаемая компонентами аббревиатур в исходных для них словах (начальная, срединная, конечная);
 - фонетические и графические особенности оформления аббревиатур;
- наличие в их составе элемента, отсутствовавшего в структуре исходного слова или словосочетания (например, аффикса);
- способ соединения фрагментов слов в сложных аббревиатурах (примыкание, наложение, встраивание).

Существуют различные классификации сокращений, при этом все они разграничивают два основных типа: графические сокращения и лексические.

Лексическое сокращение — это результативная единица процесса аббревиатурного словообразования, обладающая измененной звуковой оболочкой и графической формой по сравнению со своим прототипом, воспроизводимая в речи [6; 25].

Среди сокращений такого типа выделяются апокопы, аферезы, стяжения, сложносокращенные слова [6; 32].

А по копы — начально-слоговые сокращения, в которых сохраняется начальная часть слова, а конечная усекается, например: addy = administration 'администрация', messi = message 'сообщение', quest = question 'вопрос'.

 $A \varphi e p e з ы - конечно-слоговые сокращения, в которых сохраняется конечная часть слова, а начальная усекается, например: <math>Net = Internet$ 'Интернет'.

C т я ж е н и я — слоговые сокращения, в которых сохраняются слоги из начальных и конечных частей слова, например: INet = Internet 'Интернет'.

Сложносокращенные слова — образования, включающие в свой состав наряду со слогом цельнооформленное слово или корневую морфему, например: $electronic\ mail = e-mail$ 'электронная почта'.

Кроме того, в сети Интернет широко используются *инициальные* аббревиатуры, которые стоят между графическими и лексическими сокращениями. Инициальные аббревиатуры — это слова, образованные из названий начальных букв или из начальных звуков слов, входящих в исходное словосочетание [7, с. 6].

Перечислим основные типы инициальных аббревиатур с точки зрения их произношения.

- Инициальные аббревиатуры со звуковым чтением называются акронимами. Среди таковых укажем всем известные $LOL = laughing \ out \ loud$ 'громко смеюсь', $AFAIK = as \ far \ as \ I \ know$ 'насколько мне известно', $IMHO = in \ my \ humble \ opinion$ 'по моему скромному мнению', $BAK = back \ at \ keyboard$ 'вернулся к клавиатуре'.
- Инициальные аббревиатуры, которые совпадают с английски-ми словами в их звуковой форме называют омоакронимами. Они менее многочисленны в сравнении с вышеописанной группой, включают такие образования, как $HAND = Have\ a\ nice\ day$ 'хорошего дня', $AND = any\ day$ 'в любой день', $AS = another\ subject$ 'другое дело'.
- Инициальные аббревиатуры с буквенным чтением в интернетязыке представлены следующими примерами: ATB = All the best 'всего наилучшего', TTYL = talk to you later 'пока/увидимся', OIC = Oh, I see 'о, понятно', CU = See you 'пока/увидимся', B = be 'быть', R = are 'являешься/являетесь/являются', $How \ ru? = How \ are \ you$? 'Как дела?'.

Говоря об этом подтипе аббревиатур, отметим особую популярность и общеизвестность тех аббревиатур, где наименование буквы или цифры имитирует фонетический облик заменяемого слова. По-видимому, в самом процессе такого рода кодирования (для отправителя сообщения) и декодирования (для его получателя) заключается особое удовольствие, что позволяет нам говорить о людическом факторе продуктивности сокращения как способа словообразования.

Буквенно-звуковые или *смешанные инициальные аббревиатуры* читаются как слова, который они заменяют, например, PPL = people 'люди'.

Графическое сокращение — результат процесса сокращения слова или словосочетания только в письменной речи, в то время как в устной речи используется соответствующая полная форма. Графические сокращения, таким образом, не являются аббревиатурами. Среди сокращений такого типа выделяются цифровые и буквенно-цифровые сокращения.

Цифровые сокращения довольно немногочисленны и, как явствует из примеров, характеризуются многозначностью: 2 (two) = to '(по направлению) к', too 'тоже', too

Среди буквенно-цифровых сокращений укажем any1 = anyone 'кто-то', F2F = face to face 'лицом к лицу/лично', B4N = bye for now 'пока', CUL8R = see you later 'пока/увидимся', H2CUS = hope to see you soon 'надеюсь, увидимся/до встречи', 10X = thanks 'спасибо', 10q = thank you 'спасибо', GR8 = great 'здорово', B4 = before 'ранее'.

Проведенный нами анализ позволил выделить следующие пользовательские стратеги и в образовании графических сокращений:

- замена целого слова одной буквой или цифрой, например: be = b 'быть', ate = 8 'ел', see = c 'видеть', for = 4 'для', are = r 'являешься/являетесь/являются', to/too = 2 '(по направлению) к', 'тоже', you = u 'ты/вы', why = y 'почему', your/you are = ur 'твой/ваш/ты являешься/вы являетесь';
- замена слога/части слова одной буквой или цифрой, например: activate = activ8 'активировать', great = gr8 'здорово', a mate = m8 'приятель', later = l8r 'позже', before = b4 'ранее', therefore = there4 'поэтому', today = 2day 'сегодня', today = 2dA 'сегодня', wait = w8 'подожди(те)', threesome = 3SUM 'втроем', today = H8 'ненавидеть', today = RO1 'никто', today = RO1 'кто-то', today = H8 'ненавидеть', today = RO1 'никто', today = RO1 'кто-то', today = H8 'ненавидеть', today = RO1 'никто', today = RO1 'навсегда';
- использование символа в измененном значении, например: ss = \$, oo = %, -orr-=oz, sorry=soz 'извини(те)', tomorrow=tomoz (2moz) 'завтра';
- опущение гласных (всех или отдельных), при этом значение слова определяется по последовательности согласных, например: because = bcs 'потому что', your = yr 'твой', speak = spk, people = PPL, please = PLS, friend = frnd, homework = hmwrk, message = msg 'сообщение', probably = prbly 'возможно', between = btw 'между', peace = pce 'мир', text = txt 'текст/отправлять текстовое сообщение';
- упрощение орфографии (часто совмещается с одной или несколькими вышеописанными стратегиями), например: tomorrow = 2moro 'завтра', tonight = 2nite 'сегодня вечером', thanks = TX 'спасибо', says = sez 'говорит', because = bcuz/bcz/bcos/bc/bcoz 'потому что', please = plez 'пожалуйста', probably = probz 'возможно';
- использование транскрипций, сленга или диалектных вариантов, если они короче слова-протагониста, например: because = cuz/cos 'потому что', $Hav\ a\ gd\ nite = Have\ a\ good\ night$ 'спокойной ночи'.

• использование символа «/» для указания на сложносоставность словапротагониста: something = s/t 'что-то', boyfriend = b/f 'бойфренд, приятель', girlfriend = g/f 'девушка, приятельница', bedroom = b/r 'спальня', homework = h/w 'домашняя работа', classwork = c/w 'классная работа'.

Сочетание вышеуказанных стратегий может значительно сократить целое предложение. Например:

 $hi\ m8\ u\ k?\ I\ soz\ I\ 4gt\ 2\ cal\ u\ lst\ nyt.\ Y\ dnt\ we\ go\ c\ film\ 2moz\ (60\ символов) = Hi,\ mate.\ Are\ you\ okay?\ I\ am\ sorry\ that\ I\ forgot\ to\ call\ you\ last\ night.\ Why\ don't\ we\ go\ and\ see\ a\ film\ tomorrow?\ (120\ символов).$

Hi al! how is ur trip? My frnds and me r very by her. Dey all send thr lv to u. wot r your plans for the rest of the holidays? Rite, please. Cu soon. Yr Kerry (122 символа) = Hi, all! How is your trip? My friends and me are very busy here. They send their love to you. What are your plans for the rest of the holidays? Write, please. See you soon. Yours, Kerry (149 символов).

На основании анализа сообщений в чатах и форумах был составлен список из 20 наиболее часто встречаемых сокращений (см. Таблицу).

Т а б л и ц а Наиболее частотные сокращения чатов и форумов

Сокращение	Полная форма	Перевод
ATM	At The Moment	В данный момент
BBS	Be Back Soon	Скоро вернусь
BTW	By The Way	Кстати
CU	See You	Увидимся как-нибудь
G2G	Got To Go	Мне надо идти
LOL	Laughing Out Loud	Громко смеюсь
mom	Moment	Секундочку
n8	Night	Спокойной ночи
OMG	Oh My God!	Боже мой!
Sry	Sorry	Извини
TBH	To Be Honest	Честно говоря
THX	Thanks	Спасибо
U	You	Ты
w8	Wait	Подожди
WB	Welcome Back	С возвращением!
Y?	Why?	Почему?
143	I love you	Я тебя люблю
4U	For You	Для тебя
IMHO	In My Humble Opinion	По моему скромному мнению
4YEO	For Your Eyes Only	Только для тебя

Анализ сообщений в чатах и форумах также показал, что использование сокращений, как лексических, так и грамматических, сопровождается упрощением многих грамматических форм. Так, из всей системы английских времен в основном употребляются только неопределенные (индефинитные) времена, даже если это грамматически неверно:

 $I\ broke\ it\ 2day.=I\ have\ broken\ it\ today.$ Отсутствие подлежащего в английском предложении означает повелительное наклонение, но, несмотря на это, подлежащее часто пропускается во время Интернет-общения:

Hey Anna, good to see you, still remember me? = Hey, Anna, it's good to see you. Do you remember me? Want to 175ractice my English. = I want to 175ractice my English.

В онлайн-общении часто опускаются служебные слова, такие как вспомогательные глаголы в вопросительных и отрицательных предложениях, артикли. Кроме того, часто сохраняется прямой порядок слов в вопросительных предложениях вместо положенного обратного:

U mostly guy or girl? = Are you a boy or a girl? What you want from me? = What do you want from me? Anyone wants to chat? = Does anyone want to chat?

Как видно, лексические и графические сокращения существует не изолированно, а в связке с явлениями других языковых уровней.

Таким образом, Интернет как явление мирового масштаба породил необходимость выработки нового языкового кода, основу которого составляют многочисленные сокращения. Для общения в Интернете, особенно в режиме онлайн, каждому интернет-пользователю необходимо знать способы и специфику образования английских сокращений. Это является залогом экономии усилий отправителя и получателя сообщения.

ЛИТЕРАТУРА

- 1. Гарифуллина, Л. А. Лексические сокращения в лексике индустрии гостеприимства английского и татарского языков [электронный ресурс]. / Л. А. Гарифулина. Режим доступа: https://cyberleninka.ru/article/n/leksi-cheskie-sokrascheniya-v-leksike-industrii-gostepriimstva-angliyskogo-i-tatarsko-go-yazykov. Дата доступа: 20.04.2019.
- 2. *Martinet*, A. Éléments de linguistique générale / A. Martinet. Paris : Colin, 1974. 223 c.
- 3. *Подгорная*, *E. А.* Влияние интернет-коммуникации на формирование образов языкового сознания подростков : автореф. дисс. ... канд. филол. наук : 10.02.19 / Е. А. Подгорная ; Кемеровский гос. ун-т. Кемерово, 2010. 24 с.
- 4. The Acronym Finder [Electronic resource]: searchable database. Mode of access: http://www.acronymfinder.com. Date of access: 20.04.2019.
- 5. *Харитончик*, 3. А. Лексикология английского языка: учеб. пособие / 3. А. Харитончик. Минск: Высшая школа, 1992. 229 с.

- 6. Дубенец, Э. М. Лексикология современного английского языка: лекции и семинары. Пособие для студентов гуманитарных вузов / Э. М. Дубенец. М.: Глосса-Пресс, 2002. 192 с.
- $7.\ Дюжикова,\ E.\ A.\$ Аббревиация сравнительно со словосложением: структура и семантика (на материале современного английского языка) : дисс. ... доктора филол. наук : $10.02.04\ /\ E.\ A.\$ Дюжикова ; МГУ им. М. В. Ломоносова. М., 1997. $340\ c.$

Н. П. Грицкевич, И. И. Микулан (МГЛУ, Минск, Беларусь)

ЖАНРОВО-СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ АНГЛОЯЗЫЧНОГО ХУДОЖЕСТВЕННОГО ДНЕВНИКА

В настоящее время наблюдается интерес к художественным произведениям, написанным в форме дневника: многие современные авторы создают свои произведения именно в этой форме. Это объясняется тем, что она позволяет наиболее точно раскрыть внутренний мир героя произведения, создать его языковой и психологический портрет. Особый набор характеристик выделяет дневник на фоне других жанров и позволяет реализовывать художественные функции.

Существует множество определений понятия *дневник*, объединив которые, получаем: дневник — форма автобиографического повествования, представляющая собой подневные записи, которые ведутся человеком от первого лица, для себя, в хронологической последовательности и отличаются субъективностью, эмоциональностью и интимностью [1; 2; 3]. Рассмотрим художественный дневник.

Художественный дневник является жанровой формой обычного дневника, которая появилась в результате взаимодействия художественной формы (романа) и нехудожественной (бытового дневника) [1].

Главной особенностью художественного дневника как жанровой формы является то, что повествование ведется не реальным человеком, а от лица вымышленного персонажа. Художественный дневник обладает рядом отличительных характеристик. Существуют внешние (датированность, периодичность ведения, особая форма записей) и внутренние (описание переживаний героя, собственных наблюдений, повествование от первого лица) признаки художественного дневника. Кроме этого художественному дневнику присущи особая временная отнесенность, фрагментарность записей, двуаспектность времени, субъективность, эмоциональность, внутренняя диалогичность, а также особые лексические и стилистические средства [4; 5].

Мы проанализировали жанрово-стилистические особенности англоязычного художественного дневника на примере произведения современного американского автора К. Колфера «Struck By Lightning: The Carson Phillips Journal» [6].

В ходе анализа произведения были выявлены следующие жанровые особенности, которые делают произведение похожим на дневник реального человека, заставляют поверить в достоверность описываемых событий:

- повествование ведется от первого лица: рассказчиком является главный герой книги Карсон Филипс. Начиная с первой главы (записи дневника от 30 сентября) он делится с читателем своими мыслями и личной информацией, ведет монолог;
- при всей монологичности повествования, герой ведет диалог с дневником. Об этом свидетельствуют обращения *Dear journal*, которыми начинаются некоторые записи (главы);
- записи несут субъективный и интимный характер, отличаются искренностью. Искренность признаний заставляет читателя забыть о вымышленности дневника и воспринимать его как реальный. Таким эффектом обладают, к примеру, следующие записи: Yeah, I'm a little bitter because I'm one of those kids: bottom of the food chain, constantly teased, despised, an annoyance to everyone around them;
- большинство записей относятся к недавнему прошлому и описывают события, произошедшие с героем за день: what a DAY and it's not even over yet. It started this morning when I woke up.... Однако иногда происходит прерывание описания недавно произошедших событий далекими воспоминаниями из детства (I remember it like it was yesterday) и мечтами о будущем проявляется двуаспектность времени [5, с. 35];
- дневник для героя служит способом выразить эмоции. Зачастую описываемые события становятся фоном для размышлений героя и его самоанализа: *I know I'm bitter and a little jaded, and mildly enjoy it, but am I a sad person? Am I happy?* Так, для Карсона его дневник выполняет ряд функций, среди которых можно выделить следующие: самовыражения и самоидентификации автора; психологическую функцию; самодисциплины; работы над собой; фиксирования действительности; запоминания; самоанализа; медитационную; творческую; интеллектуальную и критическую [7, с. 10].

Определенные особенности были обнаружены и в структуре художественного дневника «Struck By Lightning: The Carson Phillips Journal». Книга состоит из 31 главы, каждая из которых, кроме последней «CHS Student Killed, Struck by Lightning», представляет дневниковую запись. Каждая запись приурочена к определенной дате, которая служит и названием главы (9/30, 10/3, 10/10). Записи идут в хронологической последовательности, однако не всегда являются ежедневными. Персонаж произведения объясняет это так: It's been a couple of months and I have nothing good to report, I'm afraid. Данный структурный ход создает эффект сжатия события и придает художественному произведению соответствующую динамику.

Некоторые записи герой начинает с описания своего утра и начала дня, а также своих эмоций, связанных с этим: I was in a bit of a mood since this morning; I'm a feeling a little mortified this afternoon. Другие начинаются описанием предшествующей ночи, сновидений и того, как автор дневника

спал: *I had the best dream over the weekend*. Основная часть каждой записи состоит из описания дня героя и отступлений на его воспоминания, мечты, эмоции и размышления. Конец записи часто представляет собой итог дня, где Карсон отмечает, что из запланированного удалось сделать, а что нет: *All right, let's see where I'm at with all of this literary magazine shit: Permission from the principal? Check!* Это помогает увидеть жизнь главного героя с более близкого ракурса. Такая структура создает эффект фрагментарности и незаконченности, однако текст художественного дневника семантически представляет собой связное повествование.

Лексические и стилистические средства формируют эмоциональное и идейное содержание произведения, создают языковой портрет главного героя. Вышеперечисленные аспекты доказывают эффективность данной жанровой формы при раскрытии личностных особенностей героя, его мыслей, мировоззрения и отношения к событиям.

В произведении «Struck by Lightning» особо важную роль играют следующие лексические средства: вводные компоненты (I think, I feel sorry), эгоцентрическая лексика (I heard, I saw), имена собственные (Vicki, Remy, New York), лексика, связанная со школьными реалиями (the student council, the cheerleaders, the school yearbook, after-school clubs, the classroom, the sym).

Хотя «Struck By Lightning: The Carson Phillips Journal» и является художественным произведением, тот факт, что оно написано в форме дневника, обусловливает смешение двух типов речи: литературной и разговорной. Это помогает автору максимально приблизить свое произведение к реальности, «оживить» героя.

Наиболее частым видом разговорной лексики, встречающейся в этом произведении, является сленг. Это обусловлено тем, что главный герой – подросток, ученик старшей школы, живущий в современном мире. Используя сленг, автор, во-первых, старался достоверно создать образ героя, соответствующий его возрасту; во-вторых, показать реалии 21 века, ведь современный сленг — неотъемлемая часть живого бытового языка. В тексте встречаются следующие сленговые выражения: creepy, are you kidding me, stalker, (life) sucks, crush (в значении 'влюбленность'), to screw up, crappy, hook up, yup, ab fab (absolutely fabulous), dude, LOL.

Кроме этого, среди разговорной лексики можно встретить вульгаризмы (Shit! Bitch, this is my future we're talking about), фразеологические единицы (sugarcoat the truth; Thank God it's Friday), прецедентные феномены (Charlotte's Web, hobbit, Middle Earth, Les Misérables, Mulder and Scully, Crocodile Dundee, Lord of the Flies).

Данные лексические особенности — это речевая характеристика герояповествователя. Они создают точный портрет языковой личности автора, передавая его настроение, особенности характера, отношение к миру, специфичность речи, уровень образования и интеллекта. Такая лексика помогает увидеть события глазами героя, понять его мнение и точку зрения по поводу тех или иных вещей.

Кроме лексических средств, в анализируемом произведении были выявлены стилистические средства: синтаксические и стилистические фигуры речи.

Одной из них является лексический повтор, который, в зависимости от цели автора, может выполнять различные функции: Nicholas and Scott were standing there. NICHOLAS FORBES and SCOTT THOMAS!!! — с помощью лексического повтора автор дневника показывает свое сильное удивление произошедшим.

Поскольку дневник является художественным произведением, вполне естественно, что автор «Struck by Lightning» использует различные тропы: метафоры (Our Titanic of a family sank deeper and deeper as time went on; I hit the print button on my keyboard multiple times and the erase memory button on my brain), сравнения (like dogs at feeding time, everyone ran straight for the door; I felt like an astronaut finally discovering life on another planet). Их особенность заключается в том, что они продиктованы современными реалиями.

Для дневника характерна внутренняя диалогичность — коммуникация с невидимым собеседником и автокоммуникация. Такой диалог создается с помощью определенных фигур речи: риторических обращений (Dear journal; look; don't worry; take a breath), риторических восклицаний (Good luck, kids! Yup, the head cheerleader and the head jock are together! Don't freak out, I know it's shocking!) и вопросов (Am I a sad person? Am I happy? So what does that make me, exactly? Am I starting to care?).

Герой произведения «Struck by Lightning» также использует инверсии в своем дневнике: That's not even what bothered me. What really chapped my ass was her bumper sticker; Come Monday morning, I will get my literary submissions. Кроме этого, особенностью выбранного нами художественного дневника являются иноязычные вкрапления. Главный герой употребляет испанский для создания особого комического эффекта, а также для того, чтобы подчеркнуть тематику данной записи: So Feliz Navidad to me! You'll understand this Spanish madness in a minute, don't worry; I can blame you mucho.

Одним из важных стилистических приемов, характерных для дневников, является умолчание — намеренное прерывание речи, незаконченные фразы, что обусловливает незавершенность записей. В «Struck by Lightning» этот прием помогает придать повествованию динамичность, а также показывает спонтанность, непродуманность дневниковой записи, демонстрирует сбивчивость мыслей героя: Night fell...the game started...fireworks burst in the sky (which I'm assuming meant we were winning or had entered some kind of war)...the band warmed up the crowd with cheesy melodies from the seventies...and homecoming began.

Для того чтобы показать драматичность ситуации или сделать акцент на определенных аспектах, в произведении используются антитезы — противопоставления. Luckily for me, I made it out of the trenches alive today (I say "trenches" because if the smell in the hallways after lunch on burrito day isn't gas warfare, I don't know what is) and into homeroom safely. Tragically, homeroom is Algebra 2.

Главный герой показан умным, саркастичным молодым человеком, поэтому в его дневнике довольно часто встречается ирония: Way to go, society! Best idea ever; Yup, the head cheerleader and the head jock are together! Don't freak out, I know it's shocking! Totally not cliché at all! I'm sure it's true love.

В связи с тем, что в литературном произведении интонацию показать невозможно, в дневнике она передается с помощью графических стилистических средств, а именно с помощью обозначения выделяемого интонацией слова другим шрифтом: I hadn't even thought about whether I was going to attend this...event; Thank you for being the perfect example of something I refuse to become. Также выделение шрифтом (написание заглавными буквами) используется для того, чтобы показать игру слов (The ASSembly was today) или чтобы передать эмоциональное повышение голоса (WHAT THE HELL WAS I THINKING?!?!?).

Перечисленные средства создают точный портрет языковой личности автора, передают его настроение, особенности характера, отношение к миру, специфичность речи, уровень образования и интеллекта. Они помогают точно раскрыть его внутренний мир, а также продемонстрировать его личностный рост по ходу произведения. Обнаруженные нами жанрово-стилистические особенности англоязычного художественного дневника подтверждают уникальность данной жанровой формы, а также демонстрируют ее эффективность в создании портрета языковой личности персонажа.

ЛИТЕРАТУРА

- 1. Краткая литературная энциклопедия. М. : Советская Энциклопедия, 1964. Т. 2, 707 с.
- 2. *Богданова*, *E. В.* Языковые особенности жанра дневника / Е. В. Богданова // Филологические науки. Вопросы теории и практики, журнал «Грамота» [Электронный ресурс]. 2008, №1 (1). Режим доступа: http://scjournal.ru/articles/issn_1997-2911_2008_1-1_09.pdf. Дата доступа : 14.10.2018.
- 3. *Drab*, *M*. Dziennik intymny jako forma pisarska i ślad egzystencji. Brzozowski Koniński Wat : rozprawa doktorska / M. Drab. Kraków, 2017. 259 s.
- 4. Encyclopedia Britannica [Electronic resource]. Mode of access: https://www.britannica.com/art/diary-literature. Date of access: 15.10.2018
- 5. *Колядина, А. М.* Специфика дневниковой формы повествования в прозе М. Пришвина : дис. ... канд. филол. наук / А. М. Колядина. Самара, 2006. 215 с.
- 6. *Colfer, Ch.* Struck by Lightning: the Carson Phillips Journal. / Ch. Colfer // London: Little, Brown Books, 2013. 272 c.
- 7. *Rodak, P.* Dziennik pisarza: między codzienną praktyką piśmienną a literaturą. / P. Rodak // Pamiętnik Literacki : czasopismo kwartalne poświęcone historii i krytyce literatury polskiej. 2006, 97/4. 20 s.

С. А. Жданович (МГЛУ, Минск, Беларусь)

ЛЕКСИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ВЫРАЖЕНИЯ МОДАЛЬНОСТИ В ЖАНРЕ ПЕРЕДОВОЙ СТАТЬИ

(на материале белорусского и русского языков)

В связи с развитием антропологической парадигмы в языкознании резко возрос интерес к изучению языковых средств разного уровня, выражающих модальность — сложнейшую для лингвистического описания функциональносемантическую категорию.

Модальность (от лат. *modus* 'мера, способ') – одна из центральных категорий мышления и языка, важная конструктивная примета всякого высказывания. В «Большом российском энциклопедическом словаре» это понятие определяется как «функционально-семантическая категория, выражающая разные виды отношения высказывания к действительности, а также отношение говорящего к содержанию высказывания» [1].

Изначально модальность рассматривалась именно в философии и логике. От Аристотеля до Канта включительно она относилась к характеристике высказываний-суждений и была одной из четырех их основных характеристик: количество, качество, отношение, модальность. По модальности суждения классифицировались на: 1) проблематические (суждения возможности), 2) ассерторические (суждения действительности), аподиктические (суждения необходимости) [2, с. 238]. Дальнейшее развитие теории логических модальностей привело к их разделению на два основных типа модальность de re (объективная) и модальность de dicto (субъективная). Например: *I think it will be snowing (I think* – de dicto, *it will be snowing* – de re) [3, с. 15]. Наряду с вопросом разделения модальности на объективную и субъективную важным является также выделение различных ее типов. Так различают алетическую – (от греч. – истинный), обусловленную существующими в реальном мире факторами и не контролируемую волей человека, деонтическую – (от греч. – долг, правильность), детерминируемую нормами, правилами, требованиями, и эпистемическую – (от греч. – знание), связанную со степенью достоверности сообщаемого.

Лингвистическое понимание модальности отличается от логического, которое представляет собой «надличностное», абстрактное свойство суждения, наличием обязательной связи с говорящим субъектом [4, с. 15]. В лингвистике существуют различные концепции для представления категории модальности. Так, Ф. Р. Палмер определял, с одной стороны, эпистемическую и эвиденциальную модальность, которая характеризует отношение говорящего к истинности статуса пропозиции, с другой стороны, деонтическую и динамическую модальность, которые относятся к потенциальным событиям [5]. В советской лингвистике была разработана теория В. В. Виноградова, в соответствии с которой модальность рассматривается как двух-

уровневая структура (объективная, выражающая разные виды отношений высказывания к действительности в плане реальности или ирреальности, и субъективная модальность, показывающая отношение говорящего к тому, о чем сообщается в высказывании) [6]. В рамках функционально-когнитивного подхода модальность рассматривалась в концепциях Н. Ю. Павловской для белорусского языка и Е. И. Беляевой для русского и английского языков. Н. Ю. Павловская выделяет в ней два функционально-семантических макрополя – модальность волеизъявления и модальность вероятности с их последующим делением. К первому макрополю относится поле императивности, оптативности, необходимости, второе включает в себя поле проблематичной, простой, категоричной вероятности и возможности [7]. Е. И. Беляева, сводит категорию к микрополям ирреальности, потенциальности, волеизъявления, эпистемической модальности. Микрополе потенциальности включает два семантических сегмента – возможности и вынужденности. В рамках микрополя обнаруживаются директивной волеизъявления также два компонента модальности. В микрополе эпистемической модальности неуверенности, вероятности, логической необходимости и уверенности [8].

Многими лингвистами модальность признается также одной из важнейших текстообразующих категорий, которая выражает, с одной стороны, авторское представление действительности, а с другой — отношение автора текста к его содержанию. Так, она особо ярко проявляется в газетных текстах, поскольку их главной задачей является не только информирование читателя о многочисленных событиях, но и его ориентирование, направление, убеждение, хотя в разных газетных жанрах эти задачи могут выполняться в разной степени и с привлечением разных языковых средств.

В данной статье мы рассмотрим характер использования модальных лексических средств в белорусскоязычных и англоязычных передовых статьях. Источником материала послужили 15 статей из белорусскоязычных газет «Новы Час» и «Культура» за 2017—2019 гг. и 15 статей из англоязычной газеты The Times за 2016 г., тематика которых была достаточно разнообразна. В качестве теоретической основы были выбраны концепции Н. Ю. Павловской для рассмотрения модальности в белорусском языке и Е. И. Беляевой — в английском языке.

Было замечено, что в белорусскоязычных передовых статьях автор, информируя читателя, зачастую представляет и свое личное мнение, выражает свои эмоции и мысли. Именно поэтому в них превалирует модальность проблематичной вероятности (91 пример) и категоричной вероятности (52 прим.), передающие суждения говорящего о фактах действительности в соответствии с полнотой его знаний о них.

Модальность проблематичной вероятности была представлена глаголами мыслительной деятельности меркаваць, лічыць, прилагательным со значением вероятности верагодны в функции составного именного сказуемого, модальными словами бадай, можа, здавалася б, мусіць и др.:

Мяркую, што на чарзе – акурат Каліноўскі і міф паўстання 1863 года (Новы час №19 2018г).

Улічваючы тое, наколькі $P\Phi$ загразла ў Сірыі, «транзіт экстрэмістаў» праз адкрытую мяжу **верагодны**. Ці не? (Новы час № 1 2017 г).

Здавалася б, беларускія выбары ўжо нічым не могуць здзівіць (Новы час № 5 2018 г).

Вторая по частотности модальность категоричной вероятности (52 прим.), передающая категоричную уверенность говорящего в фактах, выражалась модальными словами канешне, відавочна, вядома, частицей со значением подчеркнутой вероятности менавіта:

Але, **канешне**, найперш для гэтага трэба, каб у саміх музейшчыкаў зноў з 'явілася адчуванне здаровага драйву (Культура № 21 31.05.2018 г).

Бо **менавіта** на гэтай ніве музейныя ўстановы — па-за канкурэнцыяй, і ніякі бар "на Зыбе" іх не заменіць (Культура № 21 31.05.2018 г).

В передовых статьях часто говорилось *о возможностях* каких-либо действий и *о необходимости* предпринятия каких-либо мер в определённых ситуациях. Поэтому в белорусскоязычных передовицах модальности необходимости и возможности занимают второе и третье место по частотности (53 прим. и 48 прим. соответственно). Представлены они следующими лексическими средствами: модальным глаголом *магчы*, безличными предикативами *можна*, *нельга трэба*, *неабходна*:

Гэта **можа выклікаць** непрадказальныя наступствы ў час маючых адбыцца парламенцкіх і прэзідэнцкіх выбараў (Новы час № 3 2018 г).

I без яго дазволу там нічога **добраўпарадкоўваць нельга** (Культура № 26 07.07.2018 г).

Для ўезду ў бязвізавым рэжыме **неабходна мець** пры сабе сапраўдны пашпарт ці іншы дакумент для выезду за мяжу. (Новы час № 1 2017 г).

Также стоит отметить, что в передовых статьях часто говорилось о требованиях и решениях властей. Это связано с тем, что передовицы в основном затрагивают общественно-политические темы. Это можно увидеть на примере использования лексических средств выражения модальности императивности (10 прим.): глаголы патрабаваць, запатрабаваць, дазволіць, семантика которых вмещает в себя значение побуждения:

Тройчы прэзідэнт **патрабаваў** прадставіць яму гэтыя лічбы (Новы час № 3 2018 г.).

Санкт-Пецярбург атрымаў больш за паўмільёна новых турыстаў на год толькі за кошт таго, што ўлады **дазволілі праводзіць** у горадзе трое сутак без візы пасажырам круізных лайнераў (Новы час № 1 2017 г).

В связи с общественно-политической тематикой английских статей в них много внимания отводилось критике различных политических решений, говорилось об обязанностях представителей власти. Это было отражено

в превалировании лексических средств модальности необходимости/ вынужденности – (57 прим.), таких как модальные глаголы must, be to, should, глагол need, существительные obligation, necessity:

Politicians must avoid complacency (December 6, 2016 «Demagogues and Dominoes»).

Government needs to drive hybrid sales harder (December 1, 2016 «Electric Avenue»).

But Mr Carney had a statutory obligaton to set out the Bank's assessment of risk (November 1, 2016 «Bank Balance»).

Было установлено, что передовые статьи в англоязычной газете The Times представляют позицию всей редакции и публикуются анонимно. По сравнению с белорусскоязычными передовицами, авторы не имеют возможности высказать свое субъективное мнение. Поэтому в англоязычных статьях модальности проблематичной и категоричной вероятности (предположения, неуверенности, логической необходимости и уверенности) в сумме являлись лишь вторыми по частотности (42 прим.) и были представлены глаголами со значением сомнения seem, appear, модальным глаголом may, модальным словом perhaps:

David Cameron, Francois Hollande and now Matteo Renzi: the dominoes seem to be tumbling as disgruntled voters across Europe snub the establishment (December 6, 2016 «Demagogues and Dominoes»).

They are counting on being the dominant force and may try to engineer a snap election before then (December 6, 2016 «Demagogues and Dominoes»).

The president-elect and his team seem set on discrediting the US intelligence community, fearing **perhaps** that any future pivot towards Russia by his administration will be undermined by the national security establishment (December 13, 2016 «Shadow of the Kremlin»).

Уверенность авторов в фактах действительности выражалась модальным глаголом *must*, наречием *apparently*:

If true, it represents an extraordinary assault on America, a hostile act that **must colour** Washington's future dealings with the Kremlin (December 13, 2016 «Shadow of the Kremlin»).

It was reported yesterday, **apparently** authoritatively, that he would extend his stay for a full eight-year term until 2021(November 1, 2016 «Bank Balance»).

Так же как и в белорусскоязычных передовых статьях, в англоязычных передовицах говорилось о возможностях развития событий. Поэтому лексические средства выражения модальности возможности (23 прим.) также имели место и выражались модальным глаголом *can*, прилагательным *possible*:

Migration on the present scale can only be brought under control through such bilateral deals (October 6, 2016 «Arresting the Armada»).

It is at least possible that they are being discouraged from doing so (December 6, 2016 «Ties that bind»).

Безусловно, в передовых статьях не могли остаться незатронутыми обязанности политиков и права людей. Поэтому модальность и м п е р а - т и в н о с т и (директивная модальность) была представлена достаточным количеством (10 прим.). Лексически она выражалась модальным глаголом should для выражения совета, модальным глаголом must с отрицательной частицей not для выражения запрета:

When Theresa May visits Bahrain next week she should take seriously its fears of Iranian subversion (December 1, 2016 «Aleppo Agonistes»).

Iran must not emerge from the slaughter-house of Aleppo as one of the victors (December 1, 2016 «Aleppo Agonistes»).

Таким образом, с одной стороны, передовые статьи как в белорусскоязычной, так и англоязычной газете имели общие черты (например, обязательно присутствовала модальность вероятности (проблематичная, категоричная/модальность сомнения, предположения, уверенности). Модальность императивности/директивная модальность была достаточно частотной, что обусловлено функцией передовиц в газете и их тематикой. С другой стороны, нельзя не заметить, что авторы белорусскоязычных статей более открыто высказывали свое мнение, нежели их коллеги из газеты The Times, что можно объяснить более жесткими газетными стилистическими рамками в случае последних.

ЛИТЕРАТУРА

- 1. Большой российский энциклопедический словарь: [БРЭС]. Москва : Большая российская энциклопедия, 2007. 1887 с.
- 2. *Степанов, Ю. С.* Имена. Предикаты. Предложения: семиологическая грамматика / Ю. С. Степанов. Изд. 3-е, стереотип. Москва: Едиториал УРСС, 2004. 359 с.
- 3. *Трунова*, *О. В.* Природа и языковый статус категории модальности: (На материале англ. яз.) : учеб. пособие / Новосиб. гос. пед. ин-т. Новосибирск : Барнаул, 1991. 130 с.
- 4. *Куркович, Н. А.* Модальные значения возможности и необходимости в английском и белорусском языках: функционально-стилистический аспект: диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук: специальность 10.02.19 Теория языка / Н. А. Куркович Минск, 2011. 181 с.
- 5. *Palmer*, *F. R.* Modality and the English Modals. 2nd ed by Palmer F. R. Longman linguistics library, 1990. 220 p.
- 6. *Виноградов, В. В.* Избранные труды. Исследования по русской грамматике / В. В. Виноградов. М.: Наука, 1975. 559с.
- 7. *Паўлоўская, Н. Ю.* Катэгорыя мадальнасці ў сучаснай беларускай мове / Н. Ю. Паўлоўская; Мін. дзярж. лінгвіст. ун-т. Мн.: МДЛУ, 2001. 205 с.
- $8.\ Беляева,\ E.\ И.\ Функционально-семантические поля модальности в английском и русском языках / Е. И. Беляева. Воронеж: Изд-во Воронеж. ун-та, <math>1985.-180\ c.$

Е. Г. Задворная (МГЛУ, Минск, Беларусь)

СПЕЦИФИКА ТАКТИЧЕСКОЙ РЕАЛИЗАЦИИ КОММУНИКАТИВНЫХ СТРАТЕГИЙ В РАЗЛИЧНЫХ ТИПАХ ДИСКУРСА

Понятия коммуникативной стратегии и тактики уже достаточно давно заняли важное место среди наиболее обсуждаемых феноменов, изучаемых современной лингвистикой. Специалистами в области лингвопрагматики предложены десятки определений стратегии и тактики, разработано множество концепций их соотношения (ср., в частности, двухуровневые и трехуровневые модели, дополняющие диаду «стратегия—тактика» понятием коммуникативного/речевого хода), активно обсуждаются коммуникативный и когнитивный подходы к их интерпретации, проблемы классификации стратегий и т.д.

В силу сложности данного проблемного поля в нем сохраняются некоторые исследовательские лакуны. Одной из таких лакун, не только интересных, но и весьма перспективных для дальнейшей разработки, представляется специфика вариативности тактической разработанности стратегии, обусловленная характеристиками той дискурсивной сферы, в которой эта стратегия реализуется. Иными словами, вопрос целесообразно поставить следующим образом: насколько состав тактик, способных представлять ту или иную стратегию, и их семантико-прагматическая реализация видоизменяются в зависимости от того, в рамках какого дискурса манифестирована соответствующая стратегия.

В современной лингвистике представлены два – впрочем, не вполне четко артикулируемых – подхода к решению этой проблемы.

В соответствии с первым подходом коммуникативные стратегии исследуются безотносительно к определенным дискурсивным практикам: или исследователем имплицитно допускается, что стратегия располагает определенным тактическим потенциалом, который в принципе так или иначе может быть реализован в любом типе общения (при этом речь идет о достаточно универсальных стратегиях, представленных в различных сферах коммуникации), либо выявление дискурсивных различий не включается в круг сформулированных автором задач.

В принципе такой подход к исследованию ключевых категорий лингвопрагматики имеет весьма авторитетную традицию. В этом плане характерно эксплицитное и даже программное декларирование универсальности когнитивных процессов и прагматических правил в работах Т. А. ван Дейка и В. Кинча, которые в своем анализе стратегий интерпретации текста исходили из открыто заявленной презумпции единообразии протекания соответствующих когнитивных процессов при чтении газетной заметки и «Войны и мира» [1]; а если разумно постулировать идентичность стратегий интерпретационного типа, то можно исходить и из единообразия стратегий речепорождения. В рамках второго подхода исследователи (даже не прибегая к специальной рефлексии по данному вопросу, или, по крайне мере, эту рефлексию не эксплицируя) исходят из презумпции различий в тактическом диапазоне конкретных стратегий и четко фиксируют систему дискурсивных координат. В некоторых, условно говоря, «промежуточных» случаях исследователи фиксируют тип дискурса, в рамках которого анализируются те или иные стратегии, но не оговаривают при этом свое мнение насчет возможного модифицирующего воздействия на особенности реализации стратегии соответствующей дискурсивной сферы (что в случае «монодискурсивного» анализа является вполне приемлемым решением).

На наш взгляд, более предпочтительным является второе решение: как представляется, четкая фиксация специфики типа дискурса является одним из важнейших факторов корректной интерпретации стратегий, что мы и продемонстрируем на материале анализа некоторых стратегий, представленных как в институциональных, так и в личностно-ориентированных разновидностях дискурсивных практик.

1. Идиосинкратичность дискурса по отношению к определенным стратегиям.

Под *идиосинкратичностью* здесь понимается неприемлемость определенных типов коммуникативных действий, т.е. их «отторжение» в силу определенных характеристик той или иной дискурсивной сферы.

Обратимся, например, к коммуникативным стратегиям утешения, обвинения, самооправдания и жалобы.

Эти стратегии широко востребованы в обыденно-разговорной коммуникации, где они отличаются не только полной свободой манифестации, но и широким диапазоном тактических реализаций. Так, например, для русской коммуникативной культуры исследователи насчитывают около десяти тактик утешения (ссылка на незначительность несчастья, ссылка на временный характер несчастья, апелляция к универсальному характеру проблемы, общий призыв к оптимизму, указание на полезность несчастья, ссылка на христианские ценности и т. п.) (см. работы Е. М. Верещагина и В. Г. Костомарова, А. О. Ханского и др.).

В то же время научная коммуникация демонстрирует почти полное (о некоторых исключениях см. ниже) отсутствие названных стратегий, причем на наш взгляд, причиной их блокировки в научном дискурсе является не только и столько институциональный характер последнего, сколько его подчеркнутая, акцентированная рационалистичность и объективность. Свидетельством в пользу последнего объяснения является тот факт, что в таком очевидно институциональном типе общения, как политическая коммуникация, стратегии обвинения и самооправдания не только возможны, но и вполне типичны. В тоже время политический дискурс демонстрирует неприемлемость по отношению к стратегиям жалобы и утешения, что является следствием недопустимости игнорирования стратегии позитивной самопрезентации (а жалобы и утешения являются атрибутами коммуникатив-

ного поведения в тех сферах общения, где допустимы и естественны проявления слабости и позитивного или, по крайней мере, снисходительного отношения к таким проявлениям).

Таким образом, важно подчеркнуть, что не только сам факт неприемлемости в научном и политическом дискурсах стратегий жалобы и утешения, но и то обстоятельство, что эта неприемлемость имеет различную прагматическую природу (если научный дискурс идиосинкратичен по отношению к названным стратегиям в силу рационального характера, то политический — в силу значимости стратегии позитивной самопрезентации, но никак не в силу эмоциональности и/или экспрессивности соответствующих речевых действий) — именно эти характеристики выступают в роли фильтров применительно к политическому дискурсу с его агональностью, персуазивностью и театральностью (см. подробнее [2]) не могут.

При анализе данной особенности стратегической организации дискурса важно учитывать, что лингвопрагматические тенденции не имеют статуса жестких законов и, соответственно, «стратегическая идиосинкратичность» не может носить абсолютного характера. Иными словами, любое из названных речевых действий в принципе может быть реализовано в любой дискурсивной сфере, но такая не вполне стандартная реализация предполагает либо актуализацию специфических факторов коммуникативно-прагматического контекста, либо определенные семантико-прагматические модификации, которым подвергается та или иная стратегия в силовом поле дискурсивной сферы.

В этом плане симптоматично использование в научном дискурсе высказываний, которые по формальным признакам (а именно в силу эксплицитного использования соответствующего иллокутивного глагола или его производных) могут быть интерпретированы как самооправдание, обвинение и жалоба.

Рассмотрим случаи самооправдания:

Я, честно говоря, несколько смущен оказанной мне честью. Потому что с такими лекциями должны выступать действующие ученые. Я, как уже было сказано, научный журналист, хотя и со вполне научным образованием. Я немножко оправдываю себя в своих глазах тем, что позиция внешнего наблюдателя по отношению к науке имеет некоторые преимущества. Коечто лучше видно снаружи, чем изнутри. Может быть об этом немного и поговорим, применительно к такой замечательной теме, как этология человека [3];

Признаюсь, мне всегда трудно начинать публичные выступления. Опытные докладчики, прежде чем перейти к содержательной части, стараются продемонстрировать публике дистанцию между «собой как человеком» и «собой как лектором»... Ирвинг Гофман когда-то выделил несколько способов такого дистанцирования от себя самого. Лучше всего работает шутка. Ирония и особенно самоирония — беспроигрышный вариант. Если не хватает мужества на самоиронию, можно попробовать

сарказм. Те же, кто не способен даже на сарказм, прибегают к **оправданию**. (**Оправдание**, как правило, носит форму ответа на вопрос: «Если ты такой умный, почему ты выбрал такую тему?») Это мой случай. С вашего позволения, я сразу начну [4].

Нетрудно заметить, что приведенные случаи самооправдания имеют ритуальный, этикетный характер, призванный не столько осуществить подлинное, прототипическое самооправдание, предполагающее признание некоей вины (Борис Жуков нисколько не виноват, и не может быть виноват в том, что он является научным журналистом, а Виктор Вахштайн нисколько не виноват, и не может быть виноват в том, что его пригласили читать публичную лекцию), сколько реализовать принцип вежливости, презентовать себя как человека скромного и отдающего себе отчет в некоторой ограниченности своего видения обсуждаемых проблем (пример 1), способного к самоиронии (контекст 2) и тем самым умеющего установить контакт с аудиторией. При этом в обоих случаях самооправдание эксплицировано во вводной части лекции и связано не с содержательной стороной обсуждаемых в ходе научного диалога положений, а с прагматическим контекстом, ситуацией их дальнейшего обсуждения и представлено не на коммуникативном а на метакоммуникативном, т.е. дополнительном, вспомогательном уровне тактикостратегической организации дискурса.

Аналогичные модификации претерпевают и такие виды речевых действий, как обвинения, которые оказываются не собственно обвинениями, а указаниями на ошибки, заблуждения оппонента, некорректность какихлибо положений, концепций и т.д., ср.:

Меня можно обвинить в том, что я поставил под вопрос, что такое наука, и перевел это в другую систему определений. Но я просто отступил на шаг назад и сказал, что знание, информация, инновации — это блага [5] — или жалобы, которые представляют собой не «выражение неудовольствия по поводу каких-нибудь неприятностей, боли» (именно такое определение понятия жалобы предлагается толковыми словарями), а указание на то, что нечто рассматривается говорящим как вызывающее определенные затруднения, ср.:

Поэтому носители амслена, настоящие глухие, у которых этот язык был родной, **жаловались**, что они не могут понять Уошо, не видят никакой жестовой речи, хотя тренеры-экспериментаторы вполне ее понимали [6].

2. Набор тактик, реализующих стратегию.

Довольно типичной является ситуация, когда одна и та же стратегия свободно используется в различных дискурсивных сферах, но при этом набор тактик, при помощи которых она реализуется, существенно различается по объему.

Так, в любом типе диалогического дискурса (в научном, политическом, юридическом, медицинском, педагогическом, обыденно-разговорном диалоге) может быть реализована стратегия реагирования на негативнооценочные высказывания собеседника. При этом если в разговорном или политическом диалоге эта стратегия получает весьма вариативное тактическое воплощение (игнорирование негативнооценочной реплики, выражение несогласия,

выражение частичного или полного согласия, самооправдание, метакоммуникативный комментарий, использование юмора/иронии, «отзеркаливание» негативной оценки), то в научном дискурсе спектр соответствующих тактик сужается до двух: в научном диалоге очевидно доминирует игнорирование (реализуемое в двух вариантах: полное игнорирование реплики, содержащей негативную оценку, и игнорирование оценочного компонента при наличии реакции на собственно содержательную часть) и спорадически используется встречная негативная оценка.

Аналогично, стратегия уклонения от ответа на вопрос реализуется в обыденно-разговорном диалоге при помощи полутора десятков тактик, из которых в научном диалоге приемлемыми являются лишь пять-шесть, ср. невозможность (или, по крайней мере, неестественность/нежелательность) использования в научном диалоге, даже полемического характера, таких тактик, как немотивированный отказ от ответа, обыгрывание вопроса, псевдоответ, ответ через намек и др. (см. подробнее [7]).

Таким образом, учет специфики дискурсивной сферы, в рамках которой манифестированы определенные типы речевых действий, позволяет, с одной стороны, уточнить представления об особенностях функционирования той или иной коммуникативной стратегии, а с другой — оценить степень воздействия определенных дискурсивных категорий на тактико-стратегическую организацию конкретных дискурсивных сфер.

ЛИТЕРАТУРА

- 2. *Шейгал, Е. И.* Семиотика политического дискурса / Е. И. Шейгал. Волгоград: Перемена, 2000. 368 с.
- 3. Жуков, Б. Б. Этология «голой обезьяны». Стенограмма лекции и ее обсуждения / Б. Б. Жуков [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://polit.ru/article/2016/11/19/zhukov_lecture/— Дата доступа: 11.09.2018.
- 4. *Вахштайн*, *В*. Конец социологизма: перспективы социологии науки. Стенограмма лекции и ее обсуждения / В. Вахшиайн [Электронный ресурс]. Режим доступа : http://www.polit.ru/article/2009/08/06/videon_vahshtain/. Дата доступа : 10.06.2017.
- 5. Александров, Д. А. Ученые без науки. Институциональный анализ сферы. Стенограмма лекции и ее обсуждения / Д. А. Александров [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.polit.ru/article/2006/03/-06/aleksandrov/. Дата доступа: 11.09.2018.
- 6. *Бурлак*, *С. А.* О неизбежности происхождения языка». Стенограмма лекции и ее обсуждения. / С. А. Бурлак [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.polit.ru/lector/burlak/. Дата доступа: 11.09.2018.
- 7. *Задворная*, *Е.* Γ . Коммуникативные тактики уклонения в научном дискурсе / Е. Γ . Задворная // Respectus philologicus. 2006. № 10 (15). С. 61—72.

Н. А. Нестер, А. В. Шматкова (МГЛУ, Минск, Беларусь)

ОСНОВНЫЕ ПРИЧИНЫ КОММУНИКАТИВНЫХ НЕУДАЧ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ РЕКЛАМНОМ ДИСКУРСЕ

Структура организация текстов строго И рекламного дискурса функционально обусловлены, поскольку служат для успешной реализации директивной иллокуции, характерной для всех текстов такого рода. Это, в свою очередь, предполагает совершенно определенный перлокутивный эффект – приобретение потребителями рекламируемого товара или услуги. В стремлении к результативности и снижению импозитивности создатели рекламных текстов, как правило, избирают косвенный способ актуализации директива, что потенциально может привести к коммуникативной неудаче на этапах декодирования коммуникативной интенции и интерпретации косвенности. Это лишь одна из ряда причин, определяющих возможность неэффективного функционирования речевого продукта в рекламном дискурсе. Данная работа включает анализ причин коммуникативных неудач в англоязычном сегменте рекламного дискурса.

Вслед за О. П. Ермаковой и Е. А. Земской мы понимаем *коммуникативную неудачу* как «полное или частичное непонимание высказывания партнёром коммуникации, то есть неосуществление или неполное осуществление коммуникативного намерения говорящего, а также возникающий в процессе общения не предусмотренный говорящим нежелательный эмоциональный эффект: обида, раздражение, изумление» [1, с. 113].

Наиболее частым основанием для типологий коммуникативных неудач являются их причины, условно разделяемые на 2 больших группы — собственно языковые и прагматические [2].

Среди коммуникативных неудач, порождаемых устройством языка, называют нарушение орфоэпических и акцентологических норм, лексическую многозначность, паронимию, возможность употребления слова в прямом и фразеологически связанном значении, употребление окказиональной и узкоспециальной лексики, неточное знание лексического значения слова, «размытость» значения некоторых указательных слов, эллиптичность синтаксических конструкций, синтаксическую и референциальную неоднозначность и многое другое [2, с. 15–18; 3, с. 3–4].

Группа прагматически обусловленных коммуникативных неудач далее подразделяется на внутренние (порождаемые индивидуальными различиями говорящих) и внешние (соотносимые с компонентами коммуникативнопрагматического контекста) и включает все многообразие факторов, от которых зависит успешность коммуникации — от особенностей эмоционального и физического состояний собеседников до влияния обстоятельств коммуникативного акта [Там же].

Причины коммуникативных неудач в англоязычном рекламном дискурсе определены в данной работе на материале 50 текстов разной степени креолизации (то есть текстов, содержащих кроме вербальной составляющей и средства, принадлежащие к другим семиотическим кодам [4, с. 97]) Примечательно, что наличие невербальной составляющей определяет, по мнению некоторых исследователей, специфику рекламного текста [5; 6]. Отбор текстов осуществлялся по последствиям – обычно коммуникативные неудачи в рекламной сфере получают широкую огласку в СМИ и социальных сетях, а поскольку мы не всегда можем оценить, как непредвиденный эмоциональный эффект от рекламного сообщения повлиял на продажи (то есть реализована ли была основная иллокуция), то, руководствуясь второй частью приведенного выше определения, мы считаем коммуникативной неудачей рекламный текст, вызвавший незапланированный создателями отклик в СМИ и соцсетях – гнев, критику, возмущение, смех, иронию, сообщения о бойкотировании бренда и т.п. Отобранные примеры демонстрируют фиаско рекламных кампаний, связанные именно с коммуникативным аспектом, а не с недостаточным качеством рекламируемого продукта или провальными маркетинговыми идеями.

В терминах вышеупомянутой типологии причин коммуникативных неудач в исследуемом материале преобладают коммуникативные неудачи, порождаемые прагматическими факторами – лишь в семи случаях причины коммуникативных неудач так или иначе связаны со сферой языка. По-видимому, это свидетельствует о том, что специалисты по рекламе достаточно опытны в подборе выразительных языковых средств для создания эффективных рекламных текстов, но часто недооценивают (или не могут предугадать) условия реализации данного сообщения, то есть коммуникативно-прагматический контекст, способный вносить коррективы в интерпретацию языковых элементов.

Коммуникативная неудача в следующем примере обусловлена языковой составляющей. Рекламная кампания 2011 г. продукции американского производителя спортивной одежды и экипировки Under Armour под девизом «I will» 'Я буду' вызвала недоумение потребителей, поскольку синтаксическая эллиптичность данного слогана не позволяла однозначно декодировать рекламную идею и оставляла слишком широкий простор для толкования задуманного рекламного посыла [7].

Рекламный слоган скоростных линий железнодорожного сообщения между Лондоном и Сандерлендом Grand Central *«The train you've been waiting for»* 'Поезд, которого вы ждали', задуманный как удачная метафора, на деле получил совершенно буквальное прочтение (и шквал насмешек публики), так как запуск этой линии по разным причинам откладывался почти на год [8].

В группе прагматически обусловленных коммуникативных неудач их причины (в порядке убывания частотности) могут быть определены следующим образом:

- 1) возможность трактовки рекламных сообщений как дискриминирующих с точки зрения национальных, расовых, гендерных, физических особенностей некоторых представителей аудитории;
- 2) пренебрежение этическими нормами (цинизм, стереотипизация национальных качеств, легкомысленное отношение к серьезным историческим событиям);
- 3) актуализация неучтенных создателями рекламных текстов пресуппозиций;
 - 4) локативная и/или темпоральная неуместность;
- 5) проблемы в понимании аудиторией коммуникативной интенции и косвенности.

Рекламные тексты, допускающие дискриминационные трактовки, вызывают гнев, возмущение, негодование, критику и даже в некоторых случаях агрессивные проявления в адрес представителей рекламодателя. Так, например, компания Н&М разместила на своем сайте фотографию новой продукции – детского худи с надписью «Coolest monkey in the jungle» 'Самая крутая обезьяна в джунглях' [9]. В основе коммуникативной неудачи лежит взаимодействие элементов коммуникативно-прагматического контекста – мальчик-модель в этой толстовке был чернокожим, поэтому соответствующей частью населения слово monkey 'обезьяна' было воспринято как оскорбление, а в ЮАР их гнев достиг крайнего проявления – в магазинах Н&М в этой стране были учинены погромы.

Серия рекламных роликов Dolce & Gabbana, выпущенная в конце 2018 г. для китайского сегмента рынка, под названием DG Loves China 'ДГ любят Китай' вызвала негодование китайских потребителей: в трех коротких видео азиатская модель пытается есть типично итальянские блюда — пасту, пиццу и канноли — с помощью китайских палочек для еды и с трудом справляется с этой задачей. Картину дополняет ироничный голос за кадром, который в своих комментариях интересуется у девушки, не слишком ли большой для нее канноли. Китайцы сочли такое представление о нации стереотипным и оскорбительным, обвинили рекламодателей в тривиализации китайской культуры, а саму рекламную кампанию назвали расистской [10]. Таким образом, смысл рекламного сообщения был интерпретирован как противоположный задуманному авторами. Экономические последствия не заставили себя ждать — китайские чиновники, звезды шоу-бизнеса и модельные агентства объявили бойкот бренду, а китайские гиганты онлайн-торговли отказались от продажи продукции Dolce & Gabbana.

В рекламной кампании газированного напитка Dr. Pepper Ten под слоганом «It's not for women» 'Это не для женщин' использовалось гендерное противопоставление, которое авторы, видимо, сочли удачным маркетинговым ходом. Однако покупатели не увидели здесь юмора, а заметили гендерную стереотипизацию (только женщинам нужны диетические напитки) и снисходительное отношение к женщине, что их крайне возмутило [7].

Реклама бюро похоронных услуг со слоганом *«Come a little closer»* 'Подойди поближе' (рекламный плакат был расположен прямо над путями метро) [11] вызвала волну критики: потребители усмотрели в ней призыв к самоубийству и неприкрытый цинизм.

Один из рекламных роликов сайта онлайн-торговли Groupon, транслировавшийся во время матча Суперкубка 2011 г., возмутил зрителей: актер Тимоти Хаттон сначала серьезно рассуждает о нарушении прав человека в Тибете, чтобы перейти к рекламе скидок на некоторые блюда в Гималайских ресторанах, которые предлагал Groupon [12]. Такую подачу материала посчитали тривиализацией важной проблемы – негативные отклики и жалобы были настолько многочисленны, что рекламодатели вынуждены были изъять ролик из ротации.

Возникновение незапланированных создателями рекламных текстов пресуппозиций также приводит к коммуникативным неудачам. Например, идея рекламной кампании бренда Victoria's Secret со слоганом «A Body for Every Body» 'Тело для каждой' [7] состояла в том, что любое женское тело может быть красивым, но на рекламном плакате были размещены лишь модели с идеальными пропорциями, то есть пресуппонировалось, что именно таким должно быть тело каждой женщины. Это привело женскую половину аудитории к мысли о бодишейминге.

Слоганы рекламной кампании Gourmet Burger Kitchen, видимо, задумывались в юмористическом ключе: «They eat grass so you don't have to» 'Они едят траву, значит, вам не нужно'; «You always remember the time you gave up being vegetarian» 'Ты всегда помнишь то время, когда перестал быть вегетарианцем'; «Vegetarians, resistance is futile» 'Вегетарианцы, сопротивление бесполезно' [9]. Однако слоганы явно пресуппонируют критику в адрес вегетарианцев («вегетарианцем быть неправильно, плохо»), что привело к потере части потребительской аудитории из-за того, что рекламу признали «анти-веганской», неуважительной по отношению к сторонникам осознанного питания.

Рекламные коммуникативные неудачи, обусловленные локативной неуместностью, связаны с сомнительным расположением рекламных плакатов — в таких случаях смысл слогана входит в противоречие с окружающей действительностью. Например, баннер, приглашающий в Библейский лагерь призывом «Come join the fun!» 'Приходи и присоединяйся к веселью', был размещен на ограде кладбища [11], что в итоге увело сообщение в сторону черного юмора.

Темпоральная неуместность рекламных текстов ощущается при негативном изменении смысла рекламного послания, интерпретированного в свете происходящих во время релиза рекламной кампании событий, возникновение в этом контексте неприятных ассоциаций, задевающих чувства представителей аудитории. Рекламная рассылка компании Airbnb «Airbnb's Floating World» 'Плавучий мир Airbnb' представляла собой приглашение принять

участие в «водном приключении», а в качестве иллюстрации использовались изображения плавающих домов [13]. Рассылка осуществлялась 27 августа 2017 г. — в то самое время, когда в Техасе бушевал ураган Харви. Таким образом, плавающие дома напомнили жителям Техаса их затопленные жилища, что не могло способствовать успешности рекламного предложения.

В 2006 г. компания SanDisk выпустила цифровой медиа-плейер (e200), который позиционировался как конкурент плейера iPod компании Apple. Рекламная кампания *«iDont»* 'яНе' осуществлялась в ироничном ключе, высмеивая пользователей iPod за бездумный конформизм модным течениям и называя их *«iSheep»* 'яОвца' и *«iChimps»* 'яШимпанзе' [12]. Однако, поскольку основных покупателей девайса планировалось переманить у Apple и искать как раз среди пользователей iPod, которые иронию в свой адрес не оценили, кампания провалилась, и продукт оказался убыточным.

В качестве практических результатов проведенного исследования следует отметить определение основных причин коммуникативных неудач в англоязычном рекламном дискурсе, которые в большинстве своем относятся к сфере прагматики. Наиболее серьезные негативные реакции потребителей (критика в СМИ и соцсетях, бойкотирование бренда и даже погромы в магазинах) вызывают рекламные тексты, допускающие трактовки в русле дискриминации на почве расовых, национальных, гендерных различий. Гнев и возмущение аудитории провоцируют пренебрежение этическими нормами, бодишейминг, неоднозначные высказывания в адрес приверженцев определенных взглядов и убеждений. Авторы рекламных текстов могут попасть под огонь критики в результате того, что они своевременно не «просчитали» актуализацию нежелательных семантических пресуппозиций, варианты интерпретации рекламного сообщения в контексте места и времени релиза рекламной кампании, а также возможности неверного понимания косвенности некоторыми группами потребителей. Эффективность рекламного текста обусловлена взаимодействием целого ряда языковых и прагматических факторов, а поскольку именно эта эффективность определяет успех продаж товара и, соответственно, уровень доходов его производителей и продавцов, для создателей рекламных текстов большое значение приобретает анализ ошибок, приводящих к провалу рекламных кампаний.

ЛИТЕРАТУРА

- 1. *Маслова*, *А. Ю*. Введение в прагмалингвистику: учеб. пособие / А. Ю. Маслова. 3-е изд. М.: Флинта: Наука, 2010. 152 с.
- 2. *Вечкина*, *О. В.* Коммуникативные неудачи в повседневном речевом общении: автореф. дис. ... канд. фил. наук: 10.02.01 / О. В. Вечкина; Сарат. гос. ун-т им. Н. Г. Чернышевского. Саратов, 2010. 22 с.
- 3. Славова, Л. Л. Типология коммуникативных неудач (на материале соврем. англ. речи): автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04 / Л. Л. Славова; Киев. гос. лингв. ун-т. Киев, 2000. 19 с.

- 4. Удод, Д. А. Креолизованный текст как особый вид паралингвистически активного текста / Д. А. Удод // Современная филология: материалы II междунар. науч. конф., Уфа, январь 2013 г. Уфа: Лето, 2013. С. 97–99.
- 5. *Розенталь*, Д. Э. Язык рекламных текстов / Д. Э. Розенталь, Н. Н. Кохтев. М.: Высшая школа, 1981. 127 с.
- 6. *Кутлалиев*, *А*. Эффективность рекламы / А. Кутлалиев, А. Попов. М.: Эксмо, 2006. 416 с.
- 7. *Mertes*, A. Top 10 Effective and Ineffective Advertising Slogans [Electronic resource]. Mode of access: https://www.qualitylogoproducts.com/blog/10-effective-ineffective-advertising-slogans/. Date of access: 20.04.2019.
- 8. *Angel, N.* The train you've been waiting for [Electronic resource]. Mode of access: http://news.bbc.co.uk/2/hi/business/7081484.stm. Date of access: 21.04.2019.
- 9. *Williams*, A. 10 Epic marketing campaign fails pulled after public backlash [Electronic resource]. Mode of access: https://www.cmo.com.au/artic-le/617581/10-epic-marketing-fails-pulled-after-public-backlash/. Date of access: 20.04.2019.
- 10. *Long, D.* Dolce & Gabbana dropped from Alibaba, JD.com, Yoox Net-A-Porter following "racist" campaign [Electronic resource]. Mode of access: https://www.thedrum.com/news/2018/11/22/dolce-gabbana-dropped-alibaba-jdcom-yoox-net-porter-following-racist-campaign/. Date of access: 21.04.2019.
- 11. 15 легендарных маркетинговых провалов [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://lpgenerator.ru/blog/2013/04/04/15-legendarnyh-marketingovyh-provalov/. Дата доступа: 22.04.2019.
- 12. *Bukszpan*, *D*. 10 Massive Advertising Campaign Failures [Electronic resource]. Mode of access: https://www.cnbc.com/2011/02/17/10-Massive-Advertising-Campaign-Failures.html?slide=3&page=4. Date of access: 22.04.2019.
- 13. *Gigante, M.* 10 Big Marketing Fails from 2017 (And What Brands Can Learn from Each) [Electronic resource]. Mode of access: https://www.mdgad-vertising.com/marketing-insights/10-big-marketing-fails-from-02017-and-what-brands-can-learn-from-each/. Date of access: 21.04.2019.

СОДЕРЖАНИЕ

Секция 1 МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ В КОНТЕКСТЕ ПРЕПОДАВАНИЯ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА

Василевская О. В., Чеботарева Е. А. Использование игрового обучения	
в преподавании грамматики как способа мотивации студентов	3
Володько С. М., Жмакина Т. В. ИППК и CLAC как модели формирования	
иноязычных компетенций студентов в условиях глобализации	9
Грицкевич Н. П. Взаимосвязь обучения чтению	
и межкультурному общению студентов на иностранном языке	14
Исаева Ю. А. Аутентичное видео	
как неотъемлемый элемент обучения английскому языку	19
Кирдун А. А. Ключевые ценности арабской культуры	
в процессе преподавания РКИ учащимся из стран арабского региона	24
Aлоўнікава Н. Г., Мусіенка В. А. Рэалізація модульнай тэхналогіі навучанн	
пры фарміраванні перакладчыцкіх навыкаў ва ўмовах вучэбных заняткаў	
і арганізацыі самастойнай працы студэнтаў-філолагаў	30
Свистун Т. И., Величко А. В. Тренинг «Культурный ассимилятор»	
как техника повышения межкультурной сензитивности	34
Сурунтович Н. В., Трофименко С. А. Использование кейс-технологии	
в обучении межкультурной коммуникации	40
Тарасевич А. Н. Перспективы использования геймификации	
в процессе самостоятельной работы студентов	44
Секция 2	
ПЕРЕВОД В АСПЕКТЕ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ	ſ
	-
<i>Богова М. Г., Кравченко А. А.</i> Устранимы ли проблемы	
машинного перевода?	50
Богова М. Г., Рубан Е. В. Структурные особенности и способы перевода	
новейших английских неологизмов в сфере интернет-технологий	54
Валянская Д. А. Использование мультимедийных платформ	
в организации обучения переводу с листа будущих переводчиков	60
Голикова Т. И., Руткевич К. Л. В творческой лаборатории переводчика:	
перевод названий фильмов	64
Грамович В. И., Колесников В. В. Интертекстуальность публицистического	
дискурса и ее передача при переводе	
(на материале французского и русского языков)	71

Грицкевич Н. П., Войтеховский И. Ю. Специфика концепта «город»
в англоязычной художественной литературе XIX–XX веков
Грицкевич Н. П., Зотова Д. А. Способы передачи исторических реалий
в переводе романа Ф. Грегори «The other Queen» на русский язык
Федутик Е. О. Особенности перевода художественной прозы
писателя-эмигранта (на примере романа М. Хиндуса «Красный хлеб») 86
писателя-эмигранта (на примере романа W. Диндуса «красный хлео») 80
Секция 3
СЕМАНТИКО-ПРАГМАТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ
МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ
Абреу-Фамлюк В. Р. Виды интерпретируюих речевых актов
в научном диалоге
Беланович Е. В. Специфика отражения денотативной области
«потребление пищи» в германских и романских языках
Биюмена А. А., Колодкина И. М. Языковые средства формулировки
миссии белорусских компаний
Богова М. Г. Понятие семьи в английской и русской лингвокультурах
(на примере паремий)
Гарановіч Т. І. Структурна-семантычныя і прагматычныя асаблівасці
англійскіх сінтаксічных фразеалагізмаў
са значэннем адпаведнасці і падабенства
Жигалко Е. В. Тактический потенциал позитивнооценочных высказываний
в речевом конфликте
Задворная Е. Г., Рыбчинская О. С. Комбинированные метакоммуникативные
действия в научном диалоге
Каминская К. Н. Стратегии позитивной вежливости
в английской лингвокультуре
<i>Цупа А. И.</i> Сложное диалогическое единство со смешанной структурой
в русском разговорном диалоге
Секция 4
ТЕКСТ/ДИСКУРС
Биюмена А. А., Новорай М. Ю. Сферы-источники прецедентных феноменов
в креолизованном рекламном тексте
Биюмена А. А., Турова А. В. Метафора
в белорусских спортивных медиатекстах
Богова М. Г., Корнушенко В. И. Языковая игра как средство смыслового
обогащения в текстах цикла А. Сапковского «Сага о Ведьмаке»
,

<i>Богова М. Г., Петросян К. Г.</i> Стратегии и тактики речевого воздействия	
в агональном жанре предвыборных дебатов	. 166
Борзенец С. Е., Ивашкина П. В. Лексические и графические сокращения	
в англоязычной СМС- и чат-переписке	. 170
Грицкевич Н. П., Микулан И. И. Жанрово-стилистические особенности	
англоязычного художественного дневника	. 176
Жданович С. А. Лексические средства выражения модальности	
в жанре передовой статьи	
(на материале белорусского и русского языков)	. 181
Задворная Е. Г. Специфика тактической реализации	
коммуникативных стратегий в различных типах дискурса	. 186
<i>Нестер Н. А., Шматкова А. В.</i> Основные причины коммуникативных неуда	ч
в англоязычном рекламном дискурсе	. 191

Научное издание

ОБУЧЕНИЕ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ ДЛЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ ЦЕЛЕЙ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА

Сборник научных статей Минск, 17 мая 2019 г.

Ответственный за выпуск: Е. В. Беланович

Редактор *В. М. Василевская* Компьютерная верстка *Н. А. Шауло*

Подписано в печать 03.05.2021. Формат $60\times84^{-1}/_{16}$. Бумага офсетная. Гарнитура Таймс. Ризография. Усл. печ. л. 11,63. Уч.-изд. л. 12,71. Тираж 100 экз. Заказ 24.

Издатель и полиграфическое исполнение: учреждение образования «Минский государственный лингвистический университет». Свидетельство о государственной регистрации издателя, изготовителя, распространителя печатных изданий от 02.06.2017 г. № 3/1499. ЛП № 02330/458 от 23.01.2014 г.

Адрес: ул. Захарова, 21, 220034, г. Минск.