

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ
федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего
образования
**«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

Коммуникативные аспекты языка и культуры

**Сборник материалов
XV Международной научно-практической конференции студентов и
молодых ученых**

Часть II

19-21 мая 2015 г.

Томск

УДК 80+800:378(063)
ББК Ш100.3+Ш12-9л0
К 635

К 635 **Коммуникативные аспекты языка и культуры:** сборник материалов XV Международной научно-практической конференции студентов и молодых учёных. Ч.2. / под ред. С.А. Песоцкой; Национальный исследовательский Томский политехнический университет. – Томск: Изд-во ТПУ, 2015. – 208 с.

В сборнике рассматриваются функциональные аспекты когнитивных и лингвокультурологических исследований, дискурсы, жанры и стратегии языковой и речевой коммуникации, теоретические и прикладные аспекты изучения языков и культур стран Азиатско-тихоокеанского региона

Сборник адресован преподавателям вузов, школ, лицеев, аспирантам, студентам, практикующим переводчикам, всем, кого интересует мир языков и культур.

УДК 80+800:378(063)
ББК Ш100.3+Ш12-9л0

Редакционная коллегия

С.А. Песоцкая, кандидат филологических наук, доцент
О.А. Казакова, кандидат филологических наук, доцент
У.В. Хоречко, кандидат филологических наук, доцент

Рецензенты

Э.М. Жиликова, доктор филологических наук, профессор ТГУ
В.Г. Наумов, кандидат филологических наук, доцент ТГУ

ISBN 978-5-4387-0620-5
ISBN 978-5-4387-0622-9

© ФГБОУ ВПО НИ ТПУ, 2015
© Коллектив авторов, 2015
© Обложка. Издательство ТПУ, 2015

ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ КОГНИТИВНЫХ И ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ

Митяева А. П.

ПОДХОДЫ К ИЗУЧЕНИЮ КОНЦЕПТОВ

В статье рассматривается вопрос о становлении в российском языкознании таких популярных и актуальных в настоящее время научных направлений, как когнитивная лингвистика и концептология. Представлены научные подходы к изучению ключевого понятия концептологии – концепта: 1) лингвокогнитивный; 2) лингвокультурологический; 3) психолингвистический / нейропсихолингвистический; 4) семантический; 5) логико-понятийный; 6) логический; 7) интегративный подходы. Автор приходит к выводу о том, что концепты носят универсальный характер, поскольку являются продуктом мыслительной деятельности человека. При написании статьи были использованы общенаучные и общелингвистические методы наблюдения, сопоставления, измерения и эксперимента. Обоснована целесообразность лингвокогнитивного и лингвокультурологического подходов к изучению концепта *бизнес*.

Ключевые слова: когнитивная лингвистика, концептология, концепт, научные подходы, антропоцентризм, концептосфера.

Отличительной чертой современного языкознания является стремительное развитие такого его направления, как когнитивная лингвистика. Когнитивная лингвистика, выделившаяся из когнитологии в середине 70-х гг. XX в., многими учеными до сих пор воспринимается неоднозначно. Это обстоятельство вызывает бесчисленное количество обсуждений и споров в научной среде и мешает сформировать терминосистему данного научного направления.

Когнитивная лингвистика – направление современного языкознания, в центре внимания которого находится язык как инструмент для организации, обработки и передачи информации и при этом как разновидность способности человека к познанию.

Представим некоторые дефиниции когнитивной лингвистики. По определению Е. С. Кубряковой и В. З. Демьянкова, «когнитивная лингвистика (cognitive linguistics; cognitive Linguistik; linguistique cognitive) – лингвистическое направление, в центре внимания которого находится язык как общий когнитивный механизм, как когнитивный инструмент – система знаков, играющих роль в репрезентации (кодировании) и в трансформировании информации» [1, с. 53]. З. Д. Попова и И. А. Стернин полагают, что «когнитивная лингвистика исследует ментальные процессы, происходящие при восприятии, осмыслении и, следовательно, познании действительности сознанием, а также виды и формы их ментальных репрезентаций» [2, с. 12]. По мнению В. А. Масловой, «инструментом оперирования в когнитивной лингвистике становятся оперативные единицы памяти – фреймы (стереотипные ситуации, сценарии), концепты (совокупность всех смыслов, схваченных словом), гештальты (целостные допонятийные образы фрагментов мира) и т. д. Следовательно, когнитивная лингвистика нацелена на моделирование картины мира, на моделирование устройства языкового сознания» [3, с. 13]. По мысли З. И. Резановой, когнитивная лингвистика – новый этап в исследовании языка. «В антропоцентристской парадигме лингвистического описания когнитивная лингвистика играет ключевую роль, исследуя связи языка и когнитивного механизма в качестве важнейших детерминаций, обуславливающих онтологические» [4, с. 195].

Когнитивная лингвистика – активно осваиваемая область научных исследований. Впервые работы по данному направлению были опубликованы в США в середине 1970-х гг., а впоследствии увидели свет труды европейских и российских когнитивистов. В отечественной науке исследования в области когнитивной лингвистики велись с середины 80-х гг. XX в. Но начало научному направлению положили представители других наук, в первую очередь врачи, нейрофизиологи, психологи (П. Брока, К. Вернике, И. М. Сеченов, В. М. Бехтерев, И. П. Павлов и др.), затем нейролингвисты (Л. С. Выготский, А. Р. Лурия) и психолингвисты (Ч. Осгуд, Т. Себеок, Дж. Гринберг, Дж. Кэрл, А. А. Леонтьев, И. Н. Горелов, А. А. Залевская, Ю. Н. Караулов и др.) [2, с. 8].

До начала 1990-х гг. «когнитивная лингвистика представляла собой совокупность индивидуальных исследовательских программ, слабо связанных или вовсе не связанных между собой» [3, с. 21–22]. Да и в настоящее время когнитивная лингвистика – не единое научное направление, у нее до сих пор нет унитарной концепции развития и определенного набора исследовательских подходов. В этом смысле ученые-когнитивисты не ограничены в выборе, им предоставлен широкий междисциплинарный спектр различных приемов и методов исследования таких наук, как лингвистика, психология, социология, этнография, политология, философия и др. Такой междисциплинарный подход является характерной особенностью современных гуманитарных научных направлений. Что люди знают о себе и о мире, как организовано и как вербализуется это знание, какова языковая картина мира – вот центральные вопросы, которые исследует когнитивная лингвистика. Исследования языковой картины мира способствовали появлению в отечественной когнитивной лингвистике особого направления – концептологии, занимающейся изучением и анализом *концептов*. Термин *концепт* первоначально появился в переводах на русский язык работ А. Вежбицкой и Ч. Филлмора.

Концепт связан с мышлением человека. Анализ концепта как мыслительной квинтэссенции начинается с изучения репрезентации концепта в языке, т. е. с рассмотрения конкретных языковых единиц, которые могут обеспечить понимание концепта. Только через вербализацию концепт становится понятным для всеобщего восприятия. При этом объективация концепта носит индивидуальный характер, каждый человек в зависимости от пола, возраста или профессии по-разному вербализует тот или иной концепт. Изучение концептов осуществляется при помощи выявления и анализа языковых средств их репрезентации, а также моделирования их структуры.

Неоднородность и неоднозначность структурной организации концепта были понятны и видны еще с самого начала когнитивных исследований. Поэтому подходов к изучению концепта довольно много, и все они разноплановые. В зависимости от науки, предметом которой является концепт, на сегодняшний день выделяют следующие основные научные подходы к его исследованию: 1) лингвокогнитивный; 2) лингвокультурологический; 3) психолингвистический / нейропсихолингвистический; 4) семантический; 5) логико-понятийный; 6) логический; 7) интегративный.

При всем многообразии подходов к изучению концептов в настоящее время можно говорить о двух более обоснованных и поддерживаемых научным сообществом подходах – лингвокогнитивном и лингвокультурологическом. По словам В. И. Карасика, «эти подходы различаются векторами по отношению к индивиду: лингвокогнитивный концепт – это направление от индивидуального сознания к культуре, а лингвокультурологический концепт – это направление от культуры к индивидуальному сознанию» [5, с. 97]. Об этих двух направлениях подробнее написано в статье «К вопросу о лингвокогнитивном и лингвокультурологическом подходах к изучению концептов» [6]. Поэтому в данной статье считаем целесообразным рассказать и о других подходах к исследованию и моделированию концептов на современном этапе развития когнитивной лингвистики.

Представителями *лингвокогнитивного* подхода являются Н. Д. Арутюнова, Е. С. Кубрякова, З. Д. Попова, И. А. Стернин, В. Н. Телия, Г. Г. Слышкин, В. Г. Костомаров, А. П. Бабушкин, С. А. Аскольдов и др.

В рамках лингвокогнитивного подхода исследователи определяют концепт как нечто моделирующее и обобщающее познавательную деятельность индивида. Исследователи, изучающие концепт с этой точки зрения, трактуют его как ментальное образование в сознании человека, которое помогает выйти на концептосферу (языковую картину мира). В основе знаний человека о мире лежит такая единица информации, как концепт, а язык выявляет и вербализует то, что человек увидел и понял в окружающем его мире.

Связь концепта с картиной мира подчеркивают авторы «Краткого словаря когнитивных терминов», определяя концепт как «термин, служащий объяснению ментальных или психических ресурсов нашего сознания и той информационной структуры, которая отражает знание и опыт человека; оперативную содержательную единицу памяти, ментального лексикона, концептуальной системы и языка мозга (*lingua mentalis*), всей картины мира, отраженной в человеческой психике» [1, с. 89].

И. А. Стернин трактует концепт как «комплексную мыслительную единицу, которая в процессе мыслительной деятельности поворачивается разными сторонами, актуализируя в процессе мыслительной деятельности свои разные признаки и слои» [2, с. 27]. И. А. Стернин впервые разрабатывает полевую модель строения концепта. При этом ученый обращает внимание на то, что структура концепта очень многослойна и разнообразна и потому модель концепта не является жесткой и навсегда определенной. С течением времени сам концепт может претерпевать различные изменения, его наполнение может варьироваться, и то, что находилось в одном понятийном слое, может по разным причинам перейти в другой. И. А. Стерниным определено наличие у концепта ядра и периферии. Таким образом, полевая модель концепта З. Д. Поповой и И. А. Стернина выглядит так: 1) ядро – яркий образ; 2) базовые слои – различные концептуальные признаки; 3) интерпретационное поле, содержащее трактовки содержания ядра и концептуальных признаков и принадлежащее индивидуальному или национальному сознанию.

Организация экспериментальной части нашего исследования, разработка и интерпретация на основе лингвистического эксперимента концепта *бизнес* опираются на структуру, предложенную З. Д. Поповой и И. А. Стерниным. С целью построения номинативного поля изучаемого концепта, вербализующего его ассоциативный слой, был применен свободный ассоциативный эксперимент как метод, широко известный и активно использующийся не только в когнитивной лингвистики, но и в других науках. Данный метод позволяет получить богатый языковой материал, необходимый для построения интерпретационного слоя концепта.

На основе полученных результатов построена модель ассоциативного поля концепта *бизнес*, отражающая смысловое наполнение номината одноименного концепта в сознании современного поколения. Итак, экспериментальным путем было установлено, что в интерпретационное поле концепта *бизнес* попали такие лексемы, представленные ниже в зависимости от частотности употребления, как *деньги, работа, автомобиль, коррупция, дело, кредит, риск, связи, конкуренция* и пр. Высокий процент среди единиц номинативного поля концепта *бизнес* составляют новейшие заимствования конца XX – начала XXI в., по терминологии О. Г. Щитовой, – новейшая *ксенолексика* [7–9]. К ним относятся такие лексемы, как *бизнес-ланч, рэкетир, дефолт, промоушен, мерчендайзер, креатив* и др.

Таким образом, совокупность полученных реакций помогает составить представление о том, какой смысл лежит за исследуемым концептом для носителей современной культуры. Можно предположить, что все полученные реакции не являются случайными, они обусловлены статусом, образованием, деятельностью человека и вписываются в общие процессы языка, изучаемые современной когнитивной лингвистикой. Итак, лингвокогнитивный подход в исследовании концептов предполагает изучение культуры и окружающего мира через сознание индивида.

Совершенно противоположным является *лингвокультурологический* подход, идущий, соответственно, от культуры к индивидуальному сознанию. С лингвокультурологической точки зрения концепт считается базовой единицей культуры, он является результатом культурных знаний человека. Приверженцами данного подхода принято считать С. Г. Воркачева, Д. С. Лихачева, В. Н. Нерознака, Н. А. Красовского, Ю. С. Степанова, В. И. Карасика, В. В. Красных, В. А. Маслову и др. Лингвокультурологический подход ориентирован на изучение культурных концептов, он помогает понять их сущность, сформировавшуюся в коллективном сознании, определить систему ценностей, на развитие которой повлиял культурный, языковой или общественный опыт индивидов.

Лингвокультуролог В. А. Маслова разрабатывает понятие *ключевые концепты культуры*, под которым подразумевает ядерные (базовые) единицы картины мира, обладающие экзистенциальной значимостью как для отдельной языковой личности, так и для лингвокультурного сообщества в целом [3, с. 51]. В результате анализа концептов В. А. Маслова приходит к выводу, что культурных концептов в любом языке очень много, намного больше, чем может показаться изначально. Концепты культуры играют значительную роль в коллективном языковом сознании, и поэтому их исследование – очень популярное и актуальное направление лингвокультурологии в настоящее время. Одним из наиболее ярких представителей лингвокультурологического подхода к исследованию является Ю. С. Степанов. Концепт для него – «предмет эмоций, симпатий и антипатий, а иногда и столкновений. Концепт – основная ячейка культуры в ментальном мире человека» [10, с. 41].

Концепт для ученого относится к ценностям, которые представляют собой элементы и языкового сознания нации, и индивидуального сознания человека. По мнению Ю. С. Степанова, в составе концепта выделяются следующие компоненты: «(1) основной, актуальный признак; (2) дополнительный или несколько дополнительных, “пассивных” признаков, являющихся уже не актуальными, “историческими”; (3) внутреннюю форму, обычно вовсе не осознаваемую, запечатленную во внешней, словесной форме» [10, с. 44].

Создание структурированной модели концепта позволяет разработать новые методы и приемы его исследования для каждого из его уровней. Например, для изучения пассивного слоя концепта рекомендуется прибегать к историческому методу, т. е. устанавливать закономерности развития словаря в связи с развитием общества, т. е. рассматривать материал в диахроническом аспекте. Актуальный же слой концепта рассматривается с социальной стороны путем синхронного анализа. Для этого активно используются тексты СМИ и Интернет. Всё это позволяет на практике применить понятие *концепт* как инструмент лингвокультурологического анализа.

В связи с этим еще одно определение Ю. С. Степановым *концепта*: концепт – это как бы сгусток культуры в сознании человека; то, в виде чего культура входит в ментальный мир человека. И, с другой стороны, концепт – это то, посредством чего человек – рядовой, обычный человек, не «творец культурных ценностей» – сам входит в культуру, а в некоторых случаях и влияет на нее» [10, с. 40].

Также можно отнести к лингвокультурологической с некоторым психологическим уклоном позицию Д. С. Лихачева. При объяснении понятия *концепт* во главу угла Д. С. Лихачев ставит индивидуально-психические особенности человека. В формировании концепта ученый придает большое значение самой личности, ее культурному и образовательному уровню, запасу знаний и умений. Этот багаж, по мнению Д. С. Лихачева, «не обедняет, а даже обогащает и расширяет последний (концепт – А. М.). У каждого человека есть свой, индивидуальный, культурный опыт, запас знаний и навыков (последнее не менее важно), которыми определяется богатство значений слова и богатство концептов этих значений, а иногда, впрочем, и их бедность и однозначность» [11, с. 281]. Таким образом, Д. С. Лихачев понимает концепты с точки зрения отдельного индивида, но признает и их универсальность и всеобщность.

Психолингвисты изучают взаимоотношение языка, мышления и сознания, т. е. рассматривают концепт, с одной стороны, как продукт общества и, с другой стороны, как продукт отдельно взятой личности. *Психолингвистическое* направление оформилось в работах исследователя А. А. Залевской. Именно она разработала теорию концепта как достояния человека, что впоследствии сыграло роль в формировании антропоцентрического подхода в лингвистике, в центре которого находится человек и его мир. Когнитивная лингвистика по своей сути антропоцентрична, т. к. она описывает языковые единицы с точки зрения всей суммы знаний, полученной в результате познавательной деятельности человека.

По А. А. Залевской, концепт – это «спонтанно функционирующее в познавательной и коммуникативной деятельности индивида базовое перцептивно-когнитивно-аффективное образование динамического характера, подчиняющееся закономерностям психической жизни человека и вследствие этого по ряду параметров отличающееся от понятий и значений как продуктов научного описания с позиций лингвистической теории» [12, с. 39].

Также А. А. Залевская разграничивает концепт индивида («инд») и концепт инвариант («инв»), которые функционируют в определенной культуре: «Разграничим концепт как достояние индивида (припишем ему индекс “инд”) и концепт как инвариант, функционирующий в определенном социуме или шире – культуре (припишем ему индекс “инв”). Исследователь как носитель языка опирается на КОНЦЕПТ инд, тем самым он не может не отдавать себе отчета в том, что функционирующие в его сознании ментальные образования чем-то отличаются от понятий и значений. Они далеко не всегда поддаются вербальному описанию» [12, с. 37]. Как психолингвист, А. А. Залевская четко разграничивает концепты, как принадлежность сознания человека, и конструкты, как продукты научного описания концептов, такие как значение и понятие.

Далее необходимо упомянуть о крупном исследователе, психолингвисте А. Р. Лурия, изучавшем слово с позиций нейролингвистики. Он указывал на то, что «слово вовсе не является простым, далее неразложимым обозначением объекта, действия или качества. За словом не закреплено постоянное значение. За словом всегда стоит многомерная система связей. Эти связи разнообразны (звуковые, ситуационные и понятийные)» [13, с. 113–114]. Хотя А. Р. Лурия и не использовал современный термин *концепт*, заменив его понятием *слово*, на основании сделанных им выводов можно с уверенностью сказать, что исследователь в своих умозаключениях вплотную подошел к современному пониманию *концепта*, с его ментальной структурой и психическими механизмами функционирования.

Для психолингвистов, в отличие от лингвокультурологов, концепт – это, прежде всего, ментальное, психическое образование, а потом уже культурное явление, отражающее особенности национальной картины мира. Ученые, работающие в данном направлении, более заняты структурой и актуализацией концепта в сознании индивида, чем выявлением его национальной специфики, как это делают лингвокультурологи. Исследования ученых-психолингвистов всегда подтверждены экспериментальными исследованиями и опытным материалом, что, безусловно, повышает ценность результатов, полученных специалистами данной научной области.

Совершенно иное понимание концепта предлагается в рамках *семантического* подхода, предлагаемого исследователем А. П. Бабушкиным. Он рассматривает концепт с точки зрения когнитивной семантики. А. П. Бабушкин понимает концепт «как дискретную единицу коллективного сознания, которая хранится в национальной памяти носителей языка в вербально обозначенном виде» [14, с. 53].

Методика А. П. Бабушкина строится на основе анализа словарной дефиниции лексемы. По мнению исследователя, содержание концептов соответствует содержанию семем исследуемого языка. Значение слова, закрепленное в словаре, содержит в себе результат познания объективной действительности. Также А. П. Бабушкин разрабатывает типологию концептов. Он выделяет «мыслительные картинки, схемы, фреймы, сценарии, калейдоскопические и логически-конструируемые концепты» [14, с. 54]. Эти термины уже широко использовались ранее, но никто до А. П. Бабушкина не связывал их с семемным составом языковых единиц. Однако исследователь замечает, что предложенная им классификация не является жестко структурированной и между концептами разных типов нет четких границ. Концепты могут со временем меняться и из одного типа легко переходить в другой. Эта легкость объясняется единством мира, который постигает наше сознание. Последним типом концептов, по классификации А. П. Бабушкина, являются *калейдоскопические концепты*, они «сопряжены с когнитивными метафорами (гештальтами), через призму которых постигается сущность абстрактного имени» [14, с. 56].

Из данного анализа следует, что вслед за большинством исследователей, в частности вслед за Ю. С. Степановым, А. П. Бабушкин признает коллективный характер концептов, их ментальный и надличностный характер. «Типы концептов имеют универсальный (общечеловеческий) характер; национально-культурная специфика концептов заключается в различиях содержания концептов при тождестве их типов» [14, с. 57].

Логико-понятийный подход А. Вежицкой предполагает рассмотрение концептов как мыслительных образований, которые необходимо исследовать для объяснения устройства окружающей действительности. В своих работах по анализу концептов исследователь формулирует и доказывает тезис об антропоцентричности языка и о зависимости его семантики от человеческих представлений о физическом мире, а не от устройства этого мира как такового. Концепт может дополнять семантическое описание объектов действительности и не противоречить ему. В большинстве случаев А. Вежицкая обращается к культурным, а не к когнитивным концептам. Данный подход отличается от всех других. Для А. Вежицкой концепт – объект из некоего идеального мира, у него есть имя, и он отражает определенные культурные представления человека о действительности.

В зависимости от узнаваемости и популярности объекта А. Вежицкой предлагается различать концепты-минимумы и концепты-максимумы. Также она утверждает, что различия словарного состава языков приводят к различиям в составляющих ядра концепта. Отсюда следует, что любая культура может быть сопоставлена и описана с помощью таких «ключевых слов» языка, которые существуют в данной культуре. Именно эти «ключевые слова» и являются культурными концептами [15, с. 35–37].

Последователем А. Вежицкой в России является А. Д. Шмелев, которого также считают представителем логико-понятийного подхода, т. к. он вслед за А. Вежицкой занимается сопоставительным изучением культур через «ключевые слова» – культурные концепты. Исследователь считает, что современные методы изучения семантики обладают национальной спецификой, даже те лексические

единицы, которые имеют иноязычные эквиваленты в других языках, всё равно национально обусловлены в использовании. А. Д. Шмелев называет их *лингвоспецифичными конфигурациями смыслов*. В своих исследованиях ученый вслед за А. Вежбицкой пользуется методом интроспекции, применяя его к материалам художественных произведений и разговорной речи. Таким образом, одним из ключевых моментов концепции логико-понятийного подхода является утверждение о национальной специфике концепта, этого «универсального семантического языка», что очень важно для изучения культурного своеобразия народов мира.

Группа лингвистов под руководством Н. Д. Арутюновой, в составе которой работают такие ученые, как Е. С. Яковлева, Т. В. изучает концепт на основе метода его интерпретации, тяготея при этом к этнографическими фольклорным исследованиям. Подобный анализ назван *логическим*, хотя его целью является моделирование концепта на основе изучения всего окружения репрезентантов концепта в языке, речи и тексте. Этот подход схож с дистрибутивным анализом в американской дескриптивной лингвистике Л. Блумфилда, а затем З. Харриса (30–50 гг. XX в.), когда значение слова определяется через окружающие его контексты без использования данных о полном лексическом или грамматическом значении единиц, составляющих данный контекст. [16, с. 3–4].

Иногда Н. Д. Арутюнова анализирует концепты через их противопоставление другим концептам, что дает возможность полностью восстановить фрагменты наивной картины мира, воплотившиеся в контекстах, характеристиках сочетаемости и различных ограничениях на употребление того или иного слова. Исследователь проводит мысль о дуалистичности мира, о противопоставлении в нем мнимого и подлинного: «оппозиция мнимого и подлинного – итог двоения мира и орудие двоения понятий, спасающее их от деградации» [16, с. 22]. Например, Н. Д. Арутюнова противопоставляет временному вечное, изменчивому неизменное, наблюдаемому ненаблюдаемое, ненастоящему настоящее [Там же]. Как и большинство исследователей, Н. Д. Арутюнова считает, что концепт – это посредник между человеком и миром. «Люди постоянно взаимодействуют друг с другом и с природой, но они осмысливают это взаимодействие через свои отношения с отвлеченными понятиями, получающими символическую значимость» [16, с. 4].

Активно развивающийся в последние годы *интегративный* подход к изучению концепта является наиболее перспективным направлением когнитивной лингвистики, поскольку он объединяет в себе положения и факты других наук, включающие описание когнитивных, вербальных и оценочно-образных аспектов. Согласно данному подходу, разработанному в исследованиях В. И. Карасика, концепты трактуются как «первичные культурные образования, транслируемые в различные сферы бытия человека» [5, с. 6–7]. Концепты могут быть выражены вербально, находя прямые или иносказательные соответствия в языковой действительности. Степень языковой выраженности концепта отличается в различных культурах и зависит от его значимости для той или иной национальной концептосферы. Методы, предлагаемые в рамках данного подхода изучения концептов, предполагают систему, направленную на представление различных сторон концепта, а именно смыслового потенциала соответствующего концепта в данной культуре. Для работы при данном подходе используются как лингвистические данные (словари, различные тексты, экспериментальные данные), так и данные других дисциплин, таких, например, как психология, философия, социология, культурология и др. Концепты, согласно интегративному подходу, являются основными единицами культуры в ментальном мире людей, они несут в себе информацию о положении вещей в мире, т. е. то, что человек думает, знает и предполагает об объектах действительности. Отсюда следует, что концепт – это смысловое образование, включающее в распознавании смыслового содержания объекта действительности и общепринятые значения, и субъективные смыслы.

Итак, в данной работе были представлены различные подходы к изучению концептов. Все рассмотренные подходы в той или иной степени представляют концепт как ментальный способ репрезентации действительности в сознании людей, как смысловое образование, несущее важную культурную информацию и находящее свое конкретное вербальное или знаковое выражение в языке. В рамках различных научных подходов понимание концепта может отклоняться от данного определения, т. е. единого определения *концепта* до настоящего времени еще не выработано. Концепты носят универсальный характер, т. к. являются продуктом мыслительной деятельности человека, и отнесение их к тому или иному направлению когнитивной лингвистики в некоторой степени условно. Очень важной представляется содержательная составляющая концептов, т. к. именно их содержание фиксирует и репрезентирует различия в концептосфере того или иного народа. Концептосферу, т. е. глобальный образ мира, составляет совокупность культурологических и лингвокогнитивных концептов, и для нее больше важна содержательная, а не формальная организация концептов.

Таким образом, национальная картина мира имеет большее значение с точки зрения ее содержания, а не с точки зрения формальной и структурной организации составляющих ее концептов.

Список использованных источников

1. Краткий словарь когнитивных терминов / Под общ. ред. Е. С. Кубряковой. – М.: Изд-во Мос. гос. ун-та, 1997. – 242 с.
2. Попова З. Д., Стернин И. А. Когнитивная лингвистика. – М.: АСТ: Восток – Запад, 2010. – 314 с.
3. Маслова В. А. Введение в когнитивную лингвистику: учеб. пособие. – М.: Флинта: Наука, 2011. – 296 с.
4. Резанова З. И. Когнитивная лингвистика в парадигмах лингвистического функционализма и интегральных концепций сознания // Вестник Том. гос. ун-та, 2010. Томск. – № 334. – С. 195–199.

5. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. – Волгоград: Перемена, 2002. – 477 с.
6. Митяева А. П. К вопросу о лингвокогнитивном и лингвокультурологическом подходах к изучению концептов // Молодой ученый. – 2015. – № 10. – С. 1420–1423.
7. Щитов А. Г., Щитова О. Г. Новейшая ксенолексика в речи учителя-словесника // Комплексный подход к подготовке специалиста-исследователя: тезисы докладов общероссийской конференции. – Томск: Изд-во Том. пед. ун-та, 1997. – С. 7–8.
8. Щитова О. Г. Лексикографические источники изучения функциональной эквивалентности иноязычных новаций в русском языке начала XXI в. // Вестник Томского государственного университета. – 2012. – № 355. – С. 27–30.
9. Щитова О. Г. Новейшая ксенолексика в русской речи XXI века: к определению объема понятия // Вестник науки Сибири. Серия 9. Филология. Педагогика. – Томск: Изд-во Том. политех. ун-та, 2012. – № 1(2). – С. 278–286.
10. Степанов Ю. С. Константы. Словарь русской культуры. Опыт исследования. – М.: Языки русской культуры, 1997. – 824 с.
11. Лихачев Д. С. Концептосфера русского языка // Русская словесность. От теории словесности к структуре текста. Антология. – М.: Академия, 1997. – С. 280–287.
12. Залевская А. А. Психолингвистический подход к проблеме концепта // Методологические проблемы когнитивной лингвистики. – Воронеж: Изд-во ВГУ, 2001. – С. 36–44.
13. Лурия А. Р. Язык и сознание. – М.: Изд-во МГУ, 1979. – 320 с.
14. Бабушкин А. П. Концепты разных типов в лексике и фразеологии и методика их выявления // Методологические проблемы когнитивной лингвистики. – Воронеж: Изд-во ВГУ, 2001. – С. 52–57.
15. Вежбицкая А. Понимание культур через посредство ключевых слов / Пер. с англ. А. Д. Шмелева. – М.: Языки слав. культуры, 2001. – 288 с.
16. Логический анализ языка. Культурные концепты. – М.: Наука, 1991. – 204 с.

Научный руководитель О. Г. Щитова, д-р филол. наук, профессор ТПУ

Митяева А. П., аспирант

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

E-mail: apm775@yandex.ru

Mitiaeva A. P.

APPROACHES TO THE STUDY OF CONCEPTS

The paper describes the development of such popular and relevant scientific directions in Russian linguistics as cognitive linguistics and conceptology. The author presents an linguo-cognitive, linguoculturological, psycholinguistic / neuropsycholinguistic, semantical, conceptual, logical and integrative approaches to the study of concept. The author concludes that the concepts are universal, because they are the product of the human mind. In the paper research methods in linguistics are used: the method of observation, the comparative method, the method of measurement and the experimental method. The paper substantiates the advisability of linguo-cognitive and linguoculturological approaches to the study of concept *business*.

Keywords: *cognitive linguistics, conceptology, concept, scientific approaches, anthropocentrism, conceptsphere.*

Mitiaeva A. P., graduate student

National Research Tomsk Polytechnic University

E-mail: apm775@yandex.ru

Мищерикова М. А.

ЦВЕТОВОЙ КОМПОНЕНТ СКАЗОЧНОГО МИРА

В статье рассматривается проблема цвета и цветовой характеристики мира английских фольклорных сказок. Данное исследование напрямую связано с актуальными вопросами психологии и этнографии, т. к. вербальный аспект выражения цветов и связанных с ними ассоциаций помогает объяснить многие проблемы восприятия, подсознания и культурных различий. По результатам проведенной сплошной выборки, а также контекстуального и компонентного анализа текстов с последующим описанием можно утверждать, что смыслы лексем, обозначающих цвета, в текстах множественны и многогранны, что можно проиллюстрировать наличием прямого, описательного значения и символического, архетипичного, уходящего корнями в доисторические ассоциации мифологической картины мира.

Ключевые слова: *цвет, символ, коннотация, импликация, картина мира.*

Реальность, окружающая нас с первобытных времен, воспринимается и трактуется через органы чувств. По результатам множественных исследований, основным каналом, предоставляющим информацию об окружающем мире, является зрение (83 % знаний о мире). Остальные инструменты познания мира выстраиваются в ряд: слух (11 %) – обоняние (3,5 %) – осязание (1,5 %) – вкус (1 %) [1]. Составляя впечатление о картине вокруг, люди видят, по сути, только цвета и отличия цветовых гамм, а также грани, где цвета переходят друг в друга или меняются за счет светотени. Осознание любой формы возможно только посредством интерпретации цвета. Важно, что, в отличие от вкуса и запаха, реакция на которые больше зависит от индивидуальных особенностей и ассоциаций, восприятие цвета является более архетипичным, в определенной степени одинаковым даже для разных национальностей. Утверждая последнее, мы обходим

мало изученную сферу разного восприятия одного и того же цвета индивидуумами, а также не берем во внимание физиологические отклонения.

Архетипичность цвета базируется на физике световых волн и физиологии процесса работы сетчатки человеческого глаза и уходит намного дальше одинаковой картинки окружающей реальности в проекции разных людей. Цвета имеют свойство вызывать у нас одни и те же ассоциации, чувства и эмоции. Более того, этот феномен может работать в обратную сторону: ощущая схожие эмоции, разные люди выбирают одинаковые цвета, выражают свое состояние в схожих тонах. С точки зрения психологии данный феномен был подробно исследован. Так, П. В. Яньшин считает конкретный цвет символом тех объектов реальности, которые обладают присущими ему характеристиками и в его ключе соотносятся с внутренним миром человека: «Цвет предстает <...> как символ и носитель общей идеи неких жизненных отношений. К подобным идеям в широком смысле слова правомерно относить физиологические состояния и эмоции, если понимать под “идеями” идеальный прообраз таких отношений» [2].

Как показывает целый ряд гуманитарных наук, включая историю искусств и психологию, такие коннотативные свойства цветов и цветоощущения уходят корнями в прошлое и являются неотъемлемой частью любой картины мира, иллюстрируя преемственность ее компонентов и силу прецедента. Представляется, например, что прецедент важности огня и тепла в первичной, первобытной картине мира привнес многие коннотации в концепт красного цвета (энергичность, яркость, активность, сила, сигнал, власть, опасность). Г. Браэм объясняет этот феномен бессознательным человеческим началом: «Восприятие цвета, а точнее ассоциации, возникающие у нас с тем или иным цветом, – тоже своего рода психологическая установка» [1]. Исходя из этой точки зрения, а также из самой сути слов «архетип», «преемственность» и «первичная картина мира», мы находим особо интересным проследить функционирование феномена цвета в фольклорных сказках – вербально зафиксированной мифологической картине мира народа.

Как и любой художественный текст, сказка использует цвета для характеристики окружающего мира и создания нужного образа. Происходит это за счет как визуального эффекта, так и коннотативного воздействия цветового образа на человеческое восприятие. Исследователи выделяют несколько функций цвета и его вербальных репрезентаций в тексте. По версии Е. Штенгелова, это смысловая, описательная и эмоциональная функции – истинно художественные авторские решения, средства текстовой выразительности [3]. А. В. Лосев немного иначе оценивает роль цвета в тексте: он выделяет стилистическую, эстетическую и символическо-мифологическую функции, опираясь на свойственное античной традиции вещественное толкование цвета. Анализируя первоначальную интерпретацию цветов античными философами, А. В. Лосев пишет: «Античность <...> выделив цвет из цельной жизненной картины, понимает его именно как вещество, как тело» [4]. При этом цвет, отождествленный с вещью, наделяется определенным фиксированным значением для человека. Анализируя фольклорные тексты, мы, вслед за А. В. Лосевым, полагаем, что цвет вплетается в повествование сказки и становится одним из элементов кодировки глубокого смысла наряду с образами, языковыми фреймами и другими символами.

Анализ английских народных сказок показал, что цвета в текстах используются главным образом для описания внешности персонажей: «*The girl was as white as milk, and her lips were like cherries*» [5] («Девушка была белой, как молоко, а ее губы были красны, как вишни» (Здесь и далее перевод наш – М. М.)). Второе место по частотности занимает описание интерьера, окружающих предметов: «*And on the water in front of them was a wide glistening path running straight out towards a beautiful thing that rose out of the water and went up into the sky, and was all the colours in the world, blue and red and green, and wonderful to look at*» [6] («На поверхности реки перед ними открылась широкая искрящаяся дорога, ведущая прямо к чему-то прекрасному, что росло из воды и поднималось вверх к небу, переливаясь всеми на свете цветами: (синим, красным, зеленым), и невероятно радовало глаз»). Следующими по частоте употребляемости в фольклорных текстах необходимо назвать цвета, используемые напрямую в качестве символов. Таких примеров в сказках немного, что довольно логично, т. к. цвет вещественен только через предмет, окрашенный в него. Однако будучи центром системы ассоциаций, цвет сам по себе может выражать или инициировать отношение человека к происходящему или описываемому: «*Whoever shall this trumpet blow, Shall soon the giant overthrow, And break the black enchantment straight*» [5] («Кто ни подует в эту трубу, сразу же победит великана и разрушит темные чары»). В данном случае словосочетание «темные чары» строится вокруг основной коннотации черного цвета – олицетворения зла. Еще одним примером могут послужить слова протагониста сказочного повествования: «*And if everything round about you turns blue, I have beaten the Old Un; but should all things turn red, he'll have conquered me*» [6] («Если всё вокруг станет синим, я победил Старого Уна; но если всё окрасится в красный – он одержал победу надо мной»). Одной из основных коннотаций красного цвета является ассоциация с кровью, опасностью, уничтожающей страстью. Синий же, напротив, как живительная вода, несет в себе успокоение и глубину. Именно такие первобытные ассоциации и послужили основой нашему цветоощущению, и именно на них строят свои теории психологи, работающие в сфере цветотерапии. Один из самых известных в данной области специалистов, М. Люшер, отзывается о синем и красном как о своего рода оппозиции. Красный, в его минусовой зоне, зоне негативной оценки, символизирует опасность, захват, покорение, раздражает, вызывает чувство беспокойства или даже брезгливости. Если же анализировать синий по Люшеру, то мы выйдем прямо на противоположность минусовому красному: «Тот, кто отклоняет темно-синий цвет – цвет взаимопринадлежности, единства, сплоченности и защищенности, безопасности и укрытости, тот отчуждается от окружающего его мира.

Вследствие неудовлетворенности он беспокоен, беспокойно моторен и одновременно с этим раздражителен» [7]. Таким образом, архетип цвета психологичен и, сформировавшись на самой заре картины мира человека, притягивает соответствующие ассоциации к предметам в вещественном мире и к вербальным единицам в тексте.

Необходимо отметить, что большой процент цветности сказочных образов и интерьера также являются в той или иной степени символическими, а иногда даже введенными в повествование из-за их цвета, подтверждая ранее высказанную мысль о символично-мифологической функции цветов. Чтобы наглядно продемонстрировать специфику данного феномена и пронаблюдать глубину образов, заключенных в на первый взгляд обыденной комбинации предмета и его цвета, необходимо обратиться отдельно к каждому найденному в сказке типу цвета.

Наибольшее количество лексем со значением «цвет» зафиксировано в пласте «ахроматические цвета». К таким цветам относятся черный (38 случаев употребления лексем *black, coal, dark* (лексемы здесь и далее посчитаны без учета повторного упоминания персонажа или части интерьера)), белый (34 случая употребления лексем *white, pale*) и серый (11 случаев употребления лексемы *grey*).

Белый. Рассмотренные примеры позволяют утверждать, что символизм белого цвета в сказках соотносится с его архетипичным значением чистоты и невинности, «началом всех возможностей и в то же время бегством от их последствий» [1]. Белый в качестве характеристики физических признаков, внешности персонажа, зачастую обозначает мудрость героя: «*he found a lonesome house, and knocked at the door, which was opened by an aged man with a head as white as snow*» [5] («он нашел одиноко стоящий дом и постучал; дверь открыл старик с белыми, как лунь, волосами»). Как показывают сказочные сюжеты, мудрость может быть приобретена через великое страдание, что нашло отражение в еще одном примере: «*So he turned his back, and sat by his window looking out over the sea, and weeping great tears for his lost daughter, till his white hair and beard grew down over his shoulders...*» [6] («Итак, он вернулся, и сел у окна, смотря на море, и проливал горькие слезы о своей потерянной дочери, пока его белые волосы и борода не отросли ниже плеч...»). Скорбь также сопутствует таким контекстным образованиям, как «*white marble monument over the grave*», *white wood-ashes, pale face*.

Еще одна характеристика персонажа, выражаемая через белый цвет, – невинность. Молодая девушка, которую слишком рано отдают замуж, в сказке описывается так: «*...you could not see her waist for her golden girdle, and the golden fringe of her white dress came down over her lily feet*» («...за ее длинными золотистыми волосами не было видно талии; золотистая кайма ее белого платья спускалась на стопы, белые, как лилии») [5]. Будучи символом чистоты и невинности, лексема «белый» также часто употребляется в сочетаниях *white bird, white dove, white hind, white swan, white bed*.

Также есть основания полагать, что белый цвет в фольклоре является символом благородства и богатства. Белый конь (*white steed, milk white steed, white horse*) появляется в повествовании, когда необходимо подчеркнуть богатство, важность или роскошь убранства его наездника: «*And then he sent them for rich clothes, and jewels, which he put on; and he ordered them to saddle the white horse, with gold and silk, that he might ride to meet the King*»; «*And by her side I shall ride upon a milk white steed with a star in my crown*» [6] («Затем он послал за дорогими одеждами и драгоценностями, которые надел, и приказал оседлать белого коня в золоте и шелках, на котором можно выехать навстречу самому Королю»; «А я буду ехать подле нее на белом жеребце со звездой в короне»).

Черный. Издавна считался цветом скорби и олицетворения зла, символизирует тьму и отрицание [1]. Анализ примеров позволяет определить, что больше половины случаев употребления лексем с семантическим компонентом «черный» представляют собой описание темных сил, антагонистов повествования: *little black impet, little black thing with a long tail, black calf, coal-black horse with fiery eyes, black snag, black cat, dark gruesome creature, black book, black water*. Даже нечто непонятное, не определенное как сущность, в сказке тоже черного цвета: «*And that stretched out that's black hands at her*» («И оно протянуло к ней черные руки»). Черный цвет также символизирует траур и скорбь, горе: «*The husband put on the blackest black, and pulled the longest face at the funeral...*» [5] («Муж надел всё самое черное и стоял на похоронах со скорбным лицом»).

Будучи богатым импликациями и смыслом, стоящим за образами, фольклорный текст игнорирует черный цвет в качестве обычного фона или обрамления реальности, тогда как в современной действительности эту функцию черного цвета можно проследить в моде, дизайне, архитектуре, живописи. Единственным найденным примером в сказке, где черный не является в той или иной степени воплощением зла или неизвестности, стало сочетание *black ink*.

Серый. По Г. Браему, это цвет увядания, проблем и нищеты, привидений и обмана, но также и посредник между светом и тьмой, символ абсолютного покоя без взлетов и падений, умиротворения и нейтралитета [1]. В фольклорных текстах предстает фоновым, выполняет функцию отдыха глаз после пестроты героев с их дворцами и мрака нечисти и пещер. Частотны выражения *pale grey light, grey evening, grey eyes*. Окрашенные в серый цвет плащ и капюшон (*grey cloak, grey hood*), надетые на главных героев, судя по контексту, являются также символами скрытости от посторонних глаз. Описательную функцию лексема *grey* выполняет в словосочетании *grey goose*. Символом старости и увядания одновременно с компонентом логичного описания внешности являются случаи употребления комбинации *grey hair*: «*He had long grey hair, and his teeth were curling out of his mouth, and his finger- and toenails had not been cut for many*

thousand years» [6] («У него были длинные седые волосы, кривые зубы торчали изо рта, а ногти на руках и ногах не были стрижены многие тысячи лет»).

Хроматические цвета не задают распределение сил в миропорядке и не символизируют оппозицию добра и зла, однако, как свидетельствует исследование, сами по себе заключают в себе массу отсылок к ярким человеческим эмоциям и ассоциациям. Подобную мысль высказывал в своей работе о хроматизме мифа Н. В. Серов, и характерно, что для локальной иллюстрации действия хроматических цветов на человека исследователь выбрал оппозицию красного и синего, проблема символизма которой уже затрагивалась нами выше. Согласно Н. В. Серову, информационно-энергетическое взаимодействие таких цветов с человеком осуществляется на трех уровнях интеллекта: «а) сознательном (дорожные знаки); б) подсознательном («красный – отвага, синий – разум»); в) бессознательном (красный ускоряет пульс, синий замедляет)» [8]. Для того чтобы более точно представить себе то действие, которое на нас оказывают хроматические цвета, необходимо рассмотреть каждый из них отдельно. В сказочных текстах нами были зафиксированы четыре ключевых цвета и их оттенки: красный (29 случаев употребления лексем *red, red-hot, blood-red, bloody, crimson, blushing, scarlet*), желтый (20 случаев употребления лексем *yellow, golden*), зеленый (16 случаев употребления лексемы *green*) и синий (4 случая употребления лексемы *blue*).

Красный. Браэм называет три основных концепта, наделивших этот «самый древний цвет» смыслом для людей: это кровь, огонь и любовь (страсть). В каждой из этих своих ипостасей красный обладает огромной энергией [1]. В британских сказках кроваво-красный всегда связан с мотивом жизни, уходящей, отобранной, или же борьбы за нее: «*Mr. Fox looked about a bit, but did not think of looking behind the cask, so at last he went on dragging the young lady up the stairs into the Bloody Chamber*» [5] («Мистер Фокс посмотрел вокруг, но не подумал заглянуть за бочку, поэтому все-таки потащил молодую даму дальше вверх по ступенькам в Кровавую Комнату»). Такие сцены невольно заставляют современного человека вспомнить о кровавых фильмах ужасов, популярных как жанр в современном кинематографе. Что заставляет людей в цивилизованном обществе смотреть такие фильмы? Возможно, тот самый инстинкт, тот выброс адреналина при виде крови, который родом из первобытной картины мира. Однако трактовка крови как жизненной силы, сока жизни актуальна и в противоположную сторону, в описаниях внешности молодого, полного жизненной энергии героя повествования. В таком контексте мы встречаем в текстах словосочетания *blushing cheeks, blush all over, red cheeks, cheeks red as June roses, lips red like cherries, red and white maidens*. На контрасте с лексемой *pale*, цветом, символизирующим упадок жизненных сил, переход в другой мир через болезнь или состояние тоски, лексемы с семантическим компонентом «красный» особенно ярко символизируют стремление жить, любить: «*Pretending not to be afraid, he spoke to the ghost, and said: "What hast thou done with thy cheeks so red?" "All withered and wasted away," replied the ghost, in a hollow tone. "What hast thou done with thy red rosy lips?" "All withered and wasted away..."*» [5] («Притворившись, что ему не страшно, он заговорил с привидением: "Что произошло с твоими румяными щеками?" "Увяли и зачахли", ответил призрак пустым голосом. "Что произошло с твоими алыми губами?" "Увяли и зачахли"..."»).

Еще один яркий символ, в котором явно прослеживается кровавая семантика красного цвета, – это наименование представителя нечистой силы британского фольклора, *Redcap*. В переводе чаще всего его называют Красным Колпаком. Красный головной убор не имеет здесь ничего общего с безобидной красной шапочкой: этот демон обладает жестоким характером, имеет непосредственное отношение к смерти людей. Мотив убийства с целью завладения силой противника уходит корнями в самую древность и часто связан с кровавыми ритуалами, во время которых кровь побежденного пили или использовали для окрашивания одежды или частей тела победителя. Учитывая сказочный контекст и подсознательное знание людей, можно сделать вывод, что существо, которое нужно обходить стороной, недаром носит красный колпак. Другой представитель сказочного мира антагонистов – великан. Принимая во внимание исторические обстоятельства и фольклорные контексты, есть основания полагать, что это не обычный образ нечистой силы, а собирательный образ вражеских племен (человеческий образ, гигантские размеры, постоянные войны с великанами; вечный поиск рыцарей, способных устранить угрозу; присказка-фрейм, которую великан использует для того, чтобы испугать человека, которого он хочет съесть, называя его не иначе, как по национальному признаку – «*Englishman*»). Семы «чужой» и «кровожадный», присущие такому образу, также выражаются в тексте с помощью именования персонажа, на этот раз имени собственного с компонентом описания внешности: *Red Ettin*.

Ассоциируя красный цвет с огнем, люди всегда ощущали неоднозначные эмоции. Огонь согревал их, давал пищу и защищал – но в то же время жег целые поселения, поля, нес смерть. Такие архетипы в сказках могут выражаться открыто, например, в одной из них огонь навлекает гнев фей на простых крестьян из-за случайности, произошедшей с их детьми во время игры: «*But the fire was getting low, and the light dim, and presently the little boy stirred the coals with a stick, to make them blaze; when out jumped a red-hot cinder, and where should it fall, but on the fairy-child's tiny foot*» [6] («Но огонь понемногу тух, свет угасал, и маленький мальчик помешал в камине палкой, чтобы раздуть пламя; внезапно оттуда выпрыгнул тлеющий уголек, и куда же он упал? Прямо на крошечную ножку малютки-эльфа»).

С другой стороны, символика огня может подаваться через глубокие и на первый взгляд неочевидные символы. Концепт огня как воплощения домашнего очага, уюта и возможности прокормить семью отражается в фольклоре через частотный образ красной коровы (*red calf, red cow, beautiful red cow*). Корова сама по себе являлась кормилицей для крестьянской семьи, и если люди могли себе позволить держать

корову, то они считались не бедными. Сказочные сюжеты очень часто обыгрывают мотивы приобретения или потери такой коровы или теленка, ассоциируя этих животных с материальным достатком и домашним очагом.

Красный цвет также является символом власти и богатства, что можно заметить по контексту употребления словосочетаний *red garments, scarlet dress, red gold watch-chain*.

Желтый. В своем исследовании знаков и символов О. В. Вовк подчеркивает противоречивость желтого цвета: «С одной стороны он выражает тепло, ласковое сияние солнца и завораживающий блеск золота, символизирующих величие, царственность, счастье и богатство, но, с другой стороны, ассоциируется с желтизной кожи и увядающим осенним листом, что делает его мрачным символом болезни и смерти» [9]. В сказках мы находим иллюстрации и к той, и к той коннотации эмоционального восприятия желтого. Некрасивую и злую сестру главной героини описывают, к примеру, так: «*Her daughter was a yellow dowdy, full of envy and ill-nature and, in short, was much of the same mould as her mother*» [5] («Ее дочь была неказистой, пожелтевшей от зависти и злости девицей, которая, по сути, была из того же теста, что и ее мать»). В то же время желтый и золотой как символ богатства, жизнерадостности и блеска является неотъемлемым компонентом огромного количества образов, особенно женских, что можно проследить по примерам: *yellow silken hair, golden hair, golden head, Goldilocks, golden silks, golden robe*. Желтый и золотой можно увидеть и в интерьере: «*For a while she could do nothing but walk round and round her treasure, admiring the yellow gold and wondering at her good luck*» [6] («Некоторое время она только и делала, что ходила вокруг сокровищ, восхищаясь сверкающим золотом и удивляясь своей удаче»); и в описании волшебных предметов-помощников, природа которых, возможно, тоже имеет характер сокровища или чего-то, пришедшего на землю от солнца (*golden ball, three talking golden heads, golden apples*).

Зеленый. Зеленый цвет – это цвет жизни. Символизируя начало новой жизни и процветание, свежесть, способность к регенерации, зеленый в сказках встречается всегда в контексте природы. Природа как божество, как дом человека и просто фон нашей жизни в ее лучшую пору в принципе облачается в зеленые тона: *green wood, green forest, green hill, green leaves, green grass, as green as grass, green oak-tree*. Дополнительные символические значения зеленого цвета напрямую связаны с целительными силами природы: «*Cast then your green mantle over me, and I shall be yours, and be of the world again*» [6] («Тогда накинь на меня свою зеленую мантию, и я снова буду твоим, снова вернусь в этот мир» (После темного заклатья. Прим. наши)). Еще один семантический компонент лексемы «зеленый» встречается в словосочетании *green eyes*, описывающем внешность девушки или женщины, имеющей магические силы или какой-то другой необыкновенный дар. Возможно, такая традиция в описании внешности также уходит корнями во времена, когда люди верили, что магическими силами люди наделяются от природы; кроме того, зеленый цвет напрямую был связан с друидами и некоторыми обрядами магии плодородия. Интересно, что даже образ Дюймовочки дополнен зелеными глазами: «*She was not a span high, and had hair like spun silver, eyes as green as grass, and cheeks red as June roses*» [6] («Она была не больше дюйма в высоту, ее волосы струились, как серебряная пряжа, глаза были зеленые, как трава, а щеки румяные, цвета июньских роз»). Здесь описание внешности персонажа полностью пронизано ощущением естественной красоты, красоты от природы, и лексема «зеленый» подчеркивает хрупкость этой маленькой девушки, которую могла сотворить только сама природа.

Синий. Фольклорные тексты не часто обращаются к синему цвету как к символу. Возможно, это происходит оттого, что весь покой и гармония в жизни сказочных героев остаются вне сюжета сказки, за кулисами. Единственным найденным нами исключением является вышеприведенный пример с исходом битвы: если победит добро, все вокруг окрасится в успокаивающе-синий, если зло – станет тревожно-красным. Однако лексема «синий» выполняет описательную функцию в комбинации с другими словами-описаниями, как только в интерьере сказочного действия появляется вода или небо: *deep blue sea, light-blue sky*.

Кроме хроматических и ахроматических, выделяется еще тип сложных цветов. Как показало проведенное исследование, в сказочных текстах такие цвета не пользуются популярностью, в отличие от текстов литературных сказок или других жанров, где авторы стремятся сделать свою историю более красочной или достоверной, подбирая оттенки. Так, Е. Н. Девицкая утверждает, что «обилие цветов и их оттенков в естественной природе и в опосредованной человеческой жизнедеятельностью сфере сделало необходимым появление в языке дополнительных, сложных колоративов, которые <...> используются в художественной литературе как специфический элемент цветописа писателя» [10]. Единственный сложный цвет, выделенный нами в текстах сказок Британских островов – это коричневый. Факт его присутствия вполне логичен.

Коричневый. Этот цвет ассоциируется с уверенностью и прочностью, ведь он – «это земля, твердая почва под нашими ногами» [1]. В то же время при трактовке коричневого налицо ассоциации простоватости, шероховатости, скучности. В сказках он часто связан с домашними делами и очагом: *brown bread, knife brown with rust, brown steed, brown calf*.

Древние поверья о духах природы находят свое воплощение и в сказках, и одно из них не могло бы быть представлено достаточно ярко без коричневого цвета, который стал как элементом описания, так и компонентом говорящего имени собственного: «*And there in the hole lay a tiddy thing on its back... and its skin was the colour of the fresh turned earth in the spring-brown as brown could be, and its bare hands and feet were brown like the face of it. ... "H'm," says he, pulling his beard; "as for that" – and he thought a bit – "ay so," he*

went on at last, “Yallery Brown thou mayst call me, Yallery Brown; ’tis my nature seest thou, and as for a name ’twill do as any other» [6] («И там, в яме, лежало на спине маленькое существо... и его кожа была цвета свежескопанной земли весной – самого что ни на есть коричневого; его голые руки ноги были такими же коричневыми, как и лицо. ... “Хм”, сказал он, теребя себя за бороду. “Что до этого” – он подумал еще – “ну так”, продолжил он наконец, “Можешь звать меня Йэлэри Браун, так то, Йэлэри Браун; это моя природа, видишь ли, так и для имени, значит, сойдет, не хуже, чем любое другое»). В продолжение сюжета существо предлагает свою магию в благодарность за оказанную ему помощь, называет себя другом главного героя, но эта помощь оборачивается для Тома злом: всё на земле чужается человека, принявшего помощь нечистой силы, и, в конце концов, пытаясь отказаться от покровительства духа, герой вызывает на себя его гнев. Повествование отражает целую эпоху язычества, когда люди подстраивали свою жизнь под представления о мироустройстве и боролись за благосклонность массы демонов и духов, живущих в каждой травинке, отвечающих каждый за свой участок мира и, соответственно, контролирующих таким образом человеческую жизнь. *Yallery Brown* в данном случае с помощью контекста и отсылки сразу к двум характерным цветам идентифицируется как дух земли, почвы. Просторечный характер его говора также поддерживает ассоциации с коричневым цветом.

Таким образом, цвет в фольклорных текстах становится предметом концептуального анализа. Результат такого осмысления и обобщения коннотаций и символических значений, сопутствующих цветам, а также случаев использования цветов как собственно архетипов эмоционального плана позволяет судить об архетипичной природе цвета, об универсальном характере его символики для определенного этноса или этносов. В результате исследования было доказано, что вербализация цветов в сказках Британских островов имеет кодировочный характер, отсылая нас к мифологической картине мира и истокам эмоциональной реакции на конкретные цвета, актуальной в нашем сознании и по сей день.

Список использованных источников

1. Браем Г. Психология цвета. – М.: АСТ: Астрель, 2009. – 158 с.
2. Яньшин П. В. Психосемантический анализ категоризации цвета в структуре сознания: дис. ... д-ра психол. наук. – М., 2001. – 394 с.
3. Штенгелов Е. Цвет в художественной литературе // Наука и жизнь. – 1970. – № 8. – С. 24–26.
4. Лосев А. Ф. История античной эстетики. Ранняя классика. – М.: Ладомир, 1998. – 544 с.
5. English Fairy Tales / ed. J. Jacobs. – L.: D. Nutt, 1890. – 178 p.
6. More English Fairy Tales / ed. J. Jacobs. – L.: D. Nutt, 1894. – 156 p.
7. Люшер М. Сигналы личности: ролевые игры и их мотивы. – Воронеж: НПО «МОДЭК», 1995. – 176 с.
8. Серов Н. В. Хроматизм мифа. – Л.: «Всесоюзный молодежный книжный центр» филиал «Васильевский остров», 1990. – 352 с.
9. Вовк О. В. Энциклопедия знаков и символов. – М.: Вече, 2006. – 528 с.
10. Девицкая Е. Н. Цветовая характеристика мира в лексике русских и немецких народных сказок: дис. ... канд. филол. наук. – Славянск-на-Кубани, 2014. – 236 с.

Научный руководитель В. В. Катермина, д-р филол. наук, профессор КГУ

Мищерикина М. А., аспирант
Кубанский Государственный Университет
E-mail: marina.mishcherikova@mail.ru

Mishcherikova M. A.

COLOUR ASPECTS OF FAIRY TALE WORLD

The article under discussion is intended to describe colours and colour characteristics of the world in English folklore tales. The research is directly connected with topical questions of psychology and ethnography because studying of verbal means of expression of colour and colour-related associations helps to explain many problems of perception, the unconscious and cultural differences. As a result of thorough selection of lexemes, contextual and component analysis of texts followed by the description it becomes possible to state that the meanings of lexemes referring to colours in texts are numerous and various. It can be illustrated with the direct meaning of a word used for description purposes along with its symbolic meaning of an archetype, tracing back to prehistoric associations of mythologic worldview.

Keywords: colour, symbol, connotation, implication, worldview.

Mishcherikova M. A., graduate student
Kuban State University
E-mail: marina.mishcherikova@mail.ru

ЯЗЫКОВОЕ ВЫРАЖЕНИЕ СОСТОЯНИЙ ПЕЧАЛИ И РАДОСТИ В СРЕДНЕВЕКОВОМ ТЮРКОЯЗЫЧНОМ ПАМЯТНИКЕ «КЫССА-И ЙУСУФ» КУЛ ГАЛИ (1233)

Язык памятников средневековья – один из ключей к познанию всей эпохи. Данная статья является первой попыткой описания внутреннего мира средневекового человека, отражающегося в тюркоязычном произведении Кул Гали «Кысса-и Йусуф» (1233). В нашем исследовании ставится задача описания языковых средств выражения состояний печали (кайгу) и радости (шадлык). В статье рассматриваются особенности репрезентации лексических единиц выражения обозначенных понятий и их функционирования в тексте поэмы «Кысса-и Йусуф». Проведенное исследование позволяет сделать выводы о том, что в средневековом тюркоязычном обществе понятия «печаль» и «радость» являются неразделимыми и взаимодополняющими. Понятия «печаль» и «радость» предстают как неотъемлемые элементы системы морально-этических ценностей средневекового человека и употребляются в межличностном и религиозном аспектах.

Ключевые слова: средневековье, тюркоязычные памятники, Кул Гали, когнитивная лингвистика, печаль, горе, кайгу, радость, шадлык.

Человек в эпоху средневековья привлекает ученых разных областей социально-гуманитарного знания. История, археология, антропология, религиоведение и другие науки изучают аспекты государственного устройства, пытаются восстановить быт, особенности физиологического строения людей, конфессиональные и территориальные взаимоотношения в средневековом обществе. Очевидно, что данные исследования, как правило, занимаются описанием внешних факторов периода средневековья. Мы считаем, что, исследуя вопросы медиевистики, необходимо взглянуть на них глазами человека того времени.

Языкознание в рамках научного антропоцентризма активно развивает такое направление, как когнитивная лингвистика, благодаря достижениям которой мы можем утверждать, что представления человека о самом себе и окружающем его мире находят отражение в языке изучаемого периода [1–4]. Именно когнитивная лингвистика позволяет нам «прочитать» внутренний мир и специфику мировоззрения индивида. «Совокупность употреблений языковых единиц, репрезентирующих некоторое явление, создает языковой образ этого явления, его вербализуемую часть» [4, с. 58]. Мы попытались выявить вербализованную часть состояний горя и радости («кайгу» и «шадлык») и, опираясь на данный лексический материал, воссоздать эти явления внутреннего мира человека в поэме Кул Гали «Кысса-и Йусуф» (1233).

В тюркоязычных художественных произведениях средневековья, как правило, акцент ставится на то, как герои выходят из сложившихся ситуаций. Таким образом автор раскрывает их человеческий облик [5, с. 51; 6]. Внутренний мир человека не описывается намеренно, а чаще всего является сопутствующим результатом изложения философской и этической мысли автора.

В целом, средневековые памятники характеризуются яркой представленностью образов через оценочную призму религиозных догм [7; 8]. В нашем случае – исламского характера. Средневековая философия строится на антитезе, оппозитарности: плохое и хорошее, злое и доброе, запрещенное и разрешенное и прочие оппозиции, порождая тем самым ценностную основу существования средневекового общества [2, с. 275; 4, с. 69–70; 9, с. 32].

Поэма Кул Гали «Кысса-и Йусуф» является первым художественным поэтическим тюркоязычным произведением, написанным в первой половине XIII в. в Волжской Булгарии [10, с. 57; 11, с. 3] на основе сюжета, взятого из Библии и Корана [12, с. 39–40]. Являясь памятником XIII в. и заключая в себе языковые особенности болгар [13–15], поэма «Кысса-и Йусуф» представляет собой важное звено на пути воссоздания языкового портрета средневекового человека. Учитывая временную отделенность от событий средневековья и ограниченность сохранившегося языкового материала той эпохи [16; 17] (мы не ставили целью изучение произведений дидактического и мистического характера, а также болгарских эпитафий), поэма Кул Гали «Кысса-и Йусуф» являет собой неоценимый источник, воплотивший в себе первый доступный для изучения и описания языковой образ человека.

Для анализа соответствующей лексики в поэме «Кысса-и Йусуф» мы обратились к тексту издания 1983 г., составленного Ф. Фасеевым по списку краткой редакции Г. Утыз Имяни, содержащему дополнительные строфы, авторское заключение, варианты и разночтения по спискам пространной редакции, глоссы редактора Утыз Имяни, а также описание рукописей, найденных до этого времени [18]. В статье примеры приводятся с указанием номера строфы и страницы, а буквенные индексы при номере строфы являются обозначением строки, например: [18, с. 52, 25 в] означает, что пример располагается на 52 странице в 25 строфе, третьей строкой. Кроме этого, нами был использован подстрочный перевод на русский язык, представленный в этом же издании.

Анализируя языковое воплощение понятия *кайгу* 'печаль, горе', мы выяснили, что для передачи состояния печали Кул Гали использовал богатый лексический материал: *кайгу* (~*казгу*) 'горе, печаль', *хасрат* 'горе, тоска', *госса* 'горе, печаль, тоска', *гам* 'печаль', *хөзен* 'горе, печаль', *мәгмүм* 'печальный, грустный', *мәхзүн* 'опечаленный, огорченный', и глагольная основа *кайгур-*.

Тюркское существительное *кайгу* (~*казгу*) 'печаль, горе' активно используется автором для передачи состояния печали (зафиксировано 8 словоформ): *Нә үчүн кайгуң үкүш, хатерң тар* 'Почему ты в большой

печали, вид мрачный' [18, с. 124, 357 а]. Кул Гали использует форму множественного числа *қайгулар*, однако такое употребление служит не для передачи множественности, а усиливает значение понятия *қайғу* 'горе, печаль' (зафиксировано 3 словоформы): *чуқ қайғулар эченә батдум имди* 'много раз утопал в горе' [18, с. 246, 855⁴ г]. Нами было обнаружено употребление в исследуемом тексте парного существительного *қайғу-госсә*, которое также служит для углубления значения горя, печали: *қайғум-госсам суалды, кәтди имди* 'рассеялись горе и печаль' [18, с. 236, 818 г]. Кроме этого, было выявлено употребление производного прилагательного – *қайғулу* 'опечаленный, огорченный', которое также довольно часто встречается в исследуемой поэме (зафиксировано 7 словоформ): *Йусеф анда қайғулу қалур имди* 'Йусуф остался опечаленный' [18, с. 78, 133 г].

В тексте зафиксировано существительное *қайғу* в качестве имени собственного: (*һәр беринә бер дүрлү ад аталды, –// сәнең қайғуң үзрә нийәт қылдым имди* 'каждому дал разное имя, // имея в виду горе о тебе' [18, с. 246, 855² в-г]); *ун беренчи-сенең адын Қайғу дидүм* 'одиннадцатому дал имя – Печаль' [18, с. 248, 855⁷ в]. Очевидно, что Кул Гали возложил символическую нагрузку на имена собственные в языке поэмы.

Автор нередко прибегает к использованию лексемы *хәсрәт* 'горе, тоска' (зафиксировано 40 словоформ): *Йағкуб сәүчи хәсрәт ичрә қу[й]майалум* 'не хочу причинить горе пророку Йағкубу' [18, с. 94, 200 б]; кроме того, выявлена парная конструкция *хәсрәт-ғорбәт* 'горе и одиночество' (зафиксировано 2 словоформы): *хәсрәт-ғорбәт мәйданенә атарму-сез* 'бросите меня в горе, (обречете) на скитание' [18, с. 94, 199 б]. Отметим также наличие прилагательного, образованного при помощи аффикса -ле: *бала үчүн, йа Йусуф, хәсрәтле-мән* 'из-за отсутствия ребенка, о Йусуф, опечален я' [18, с. 118, 324 в].

Арабское заимствование *госсә* 'горе, печаль, тоска' (зафиксировано 7 словоформ) выявлено в исследуемом памятнике в следующих случаях употребления: *һамандәм госсә берлә бәңзи сулды* 'с горя тут же побледнел' [18, с. 62, 74 б]. Нами были также обнаружены парные существительные, содержащие данную лексему и передающие общее значение 'горе, печаль', такие как *госсә-ғам: бәгдәзан госсә-ғамне тәлим күрди* 'после он пережил много горя и печали' [18, с. 210, 711 в]; и *госсә-михнәт: анлара уғрады чуқ госсә-михнәт* '(но) они были охвачены горем-печалью' [18, с. 242, 830¹ б].

К лексеме *ғам* 'печаль' Кул Гали обращается реже, всего зафиксировано 4 словоформы: *Йусеф ғамен хатерендин һич кидәрмәз* 'мыслей его не покидает печаль о Йусуфе' [18, с. 188, 625¹ а]; в том числе парная конструкция *ғам-госсә: (нә үчүн) ғам-госсә йар улубдыр сәңа, әй йар* 'почему, друг мой впал ты в такую грусть и тоску' [18, с. 124, 357 б].

Зафиксировано одно употребление арабского существительного *хөзен* 'горе, печаль': *ул мәхзуннең һәрәм хөзне артар имди* 'у (этого) горемыки горе всё усиливается' [18, с. 184, 607 г].

Прилагательное *мәхзун* 'опечаленный, огорченный' относится к тому же корню, что и *хөзен*, обнаруживает достаточно частое употребление в тексте (зафиксировано 14 словоформ): *мәхзун җаным бу дам эчрә рахәт булды* 'печальное сердце получило успокоение' [18, с. 192, 642 в]; также образует глагольные композиты типа *мәхзун ир-, мәхзун ул-: Зөләйхә мәхзун улуб кирү дүнәр* 'Зулейха, опечалившись, уходила прочь' [18, с. 212, 720 а]. Кроме этого, выявлены случаи субстантивации прилагательного: *ул мәхзунә бәндән сәлям айғыл имди* 'и передай ему, горемыке, от меня поклон' [18, с. 188, 626 г]. В исследуемом тексте зафиксированы производные существительные, образованные путем присоединения аффикса -лык: *мәғбунлықдан, мәхзунлықдан айруқ улғыл* 'оставь одиночество и печаль' [18, с. 236, 814² б].

Прилагательное *мәғмум* 'печальный, грустный' (зафиксировано 8 словоформ) образует глагольные композиты: *мәғмум ул-, мәғмум қал-: Мөдәм мәғмум улубән дүн-күн ағлар* 'горюет, рыдает денно и ночью' [18, с. 184, 611 а]. Такие глагольные конструкции обозначают процесс перехода в состояние печали или продолжительное нахождение в этом состоянии. Лексема *мәғмум* функционирует и в значении прилагательного: *Халем дишвар, тәнем мәжрух, күңлүм мәғмум* 'Мне тяжело – тело (мое) растерзано, сердце (мое) печальное' [18, с. 66, 84 а].

Глагол *қайғур-* предстает в тексте «Кысса-и Йусуф» как основной языковой способ обозначения процесса пребывания в состоянии печали/горя или выхода из этого состояния (всего зафиксировано 11 словоформ), среди них: *қайғырма(ғыл/ңыз)* 'не печалься(тесь), не горюй(те), не бойся(тесь)': *қайғырмағыл, хатерең хуш дутғыл имди* 'не горюй, будь спокоен и весел' [18, с. 236, 811 г]; *қайғур(уш)ды (~қазғырышды)* '(вместе) обеспокоился(ись), опечалился(ись)': *госсә берлә қайғурды, бәғри йанды* 'опечалился, горе жгло сердце' [18, с. 58, 49 б]; *қайғырыр* 'печалится, горюет, беспокоится': *Йарлы Йусеф қайғырыр қанун ағлар* 'Бедный Йусуф горюет, обливаясь кровавыми слезами' [18, с. 100, 238 а].

Выявление семантики языковых единиц и определение особенностей функционирования понятия *қайғу* 'горе, печаль' в поэме Кул Гали «Кысса-и Йусуф» представило следующие результаты:

а) человек испытывает горе от потери любимых и дорогих людей, состояние горя отрицательно влияет на человека: *ул хәсрәтдән ики күзи күрмәз имди* 'от горя такого оба глаза его ослепли' [18, с. 228, 776 г];

б) в исламе, как и в христианстве, многодетность уважалась [4, с. 98; 7; 8], а бездетность считалась несчастием, такое горе поглощало человека: *бала үчүн, йа Йусуф, хәсрәтле-мән* 'из-за отсутствия ребенка, о Йусуф, опечален я' [18, с. 118, 324 в];

в) тюркский глагол *қайғур-* 'опечалиться', кроме основного значения, в тексте употребляется для передачи значения страха, беспокойства: *қайғурмаңыз, мәғаф қылам имде сези* 'не бойтесь, милую вас' [18, с. 66, 929 в];

г) словоформа *қайғусы*, кроме значений 'печаль, горе', в тексте употребляется также в значении 'желание (голод, жажда)', т. е. для выражения биологических потребностей: *йимәк-эчмәк қайғусы кәтди имди* 'пропало желание есть, пить' [18, с. 150, 471 г];

д) языковое выражение состояния печали/горя происходит посредством синонимического ряда существительных (*қайғу-қазғу, хәсрәт, ғосса, ғам, хәзен*) и прилагательных (*мәғмум, мәхзун*). В большинстве своем данный ряд представлен арабскими заимствованиями;

е) процесс перехода в состояние печали/горя или выхода из такого состояния передается при помощи тюркского глагола *қайғур-*, а также глагольных композитов на основе заимствованной лексики: *мәхзун ир-, мәхзун ул-, мәғмум ул-, мәғмум қал-*;

ж) лексема *хәсрәт* в тексте передает как само состояние печали/горя, так и причину, вызывающую это состояние: *тәлим йылғы хәсрәтемә қауышайын* 'соединюсь с тем, по ком страдала много лет' [18, с. 138, 422 б];

з) в изучаемом тексте Кул Гали прибегает к оппозиции «печаль-радость», не просто противопоставляя эти состояния друг другу, а репрезентируя особую ценность эпохи средневековья – претерпев печаль и лишения, человек удостаивался истинной радости: *дустлары шад душман мәғмум ула имди* 'друзья (ваши) будут в радости, враги – в печали' [18, с. 168, 545 г].

Как наблюдаем в тексте, достаточно часто Кул Гали прибегает к антитезе, создавая ценностное осмысление мира. Во многом он противопоставляет состоянию печали – радость. Лексическая репрезентация понятия *шадлык* 'радость' осуществляется в произведении «Кысса-и Йусуф» через языковые средства тюркского, арабского и персидского языков: *шад* 'радостный', *хәррәм* 'светящийся (от радости)', *хәндан* 'радостный, веселый', *мәфәррих* 'радостный', *бәшира* 'радость'; автор также лексически маркирует процесс «радования»: *бәшарәт* 'радующий, приносящий радостную весть', *сәуен-* 'радовать(ся)', *мәждәлә-* 'радовать, приносить радостную весть'. Рассмотрим эти лексические единицы в контексте их употребления.

Персидское заимствование *шад* 'радостный' и его производные активно используются автором поэмы (в общей сложности 20 словоформ): *шад* (*шади*) 'радостный': *Ибне-Йәмин шад улдығын жәмлә күрди* 'все увидели, что Ибнйамин радостен' [18, с. 236, 815 в]; *шадлық* 'радость': *“Йа күңлүм шадлығы, күзүм нуры”* 'О радость моего сердца, свет очей моих' [18, с. 256, 895^б а]; *шадеман* 'радостный, веселый': *мәхзун күңели шадеман улур имди* 'радостным стало печальное сердце его' [18, с. 76, 125 г]; *шадекам* 'радостный': *хәллә кийүб, күңле шадекам улдығында* 'надев нарядный халат, стоял радостный' [18, с. 118, 322 в]; *шадан* 'радостный': *хәлгәт кийүреб, жәмлә шадан улур имди* 'одел на него почетное одеяние. – Все возрадовались' [18, с. 200, 678 г].

Лексема *хәррәм* 'светящийся (от радости)', являющаяся персидским заимствованием, также распространена в языке исследуемого произведения (зафиксировано 6 словоформ): *анлар әйдүр: “Сәни кем хәррәм қыйлды?// Биңзең нуры д[у]луң ай-тик! – дирләр имди”* 'они сказали: “Кто тебя так обрадовал? Лицо твое светится подобно луне!”' [18, с. 248, 858 в-г].

Тюркское отглагольное существительное *сәуенмәк* 'радость (букв. радование)' является малоупотребимым (зафиксировано 2 словоформы): *сәуенмәкдән ул гәурәтнең усы кәтди* 'от радости женщина упала без чувств' [18, с. 272, 950 б].

Арабское заимствование *хәндан* 'веселый' в памятнике «Кысса-и Йусуф» зафиксировано также лишь в одном примере: *Йусеф нәби қайта кәлди шад вә хәндан* 'Пророк Йусуф вернулся радостным, веселым' [18, с. 118, 328 а].

Значение пребывания в состоянии радости в исследуемом памятнике передается, как правило, тюркской глагольной основой *сәуен-* 'радоваться' (всего зафиксировано 15 словоформ). Среди них: *сәуенди* 'обрадовался': *Сәуенди: “Морадемә ирдем”, дәйүр* 'Радовалась, думая: “Достигла своей цели”' [18, с. 134, 400 а]; *сәуенүб(ән)* 'радуясь': *Малик Дәгир сәуенүб қаршу варды* 'Малик Дагир, радуясь, пошел навстречу' [18, с. 92, 192 б]; *сәуендерәм* 'обрадую': *“Сәни уңдан сәуендерәм”, – димеш иди* 'Сказал: “Сначала обрадую тебя”' [18, с. 270, 947 б]; *сәуен(еш)деләр* '(вместе) обрадовались': *Мисър әңле буны ишдүб сәуенешделәр* 'Услышав это, египтяне обрадовались' [18, с. 120, 335 а]; *сәүнүр* 'радуется, будет радоваться': *“Вәгдә йәтди!” – дәйүб тәлим сәүнүр имди* 'Очень радовался, думая, что обещанный срок настал' [18, с. 90, 180 г]; *сәуенешүб* '(вместе) радуясь': *жәмлә-ләри сәуенешүб алыб варды* 'и, радуясь, несли его на руках' [18, с. 62, 68 в].

Арабское заимствование *бәшарәт* 'радующий, приносящий радостную весть' (зафиксировано 4 словоформы) обозначает процесс – радовать новостью: *бу бәшарәт шөкрәнә-си кәрәк имди* 'необходимо теперь отблагодарить за эту радостную весть' [18, с. 192, 642 г].

Обращает на себя внимание использование автором имени Бәшир (зафиксировано 4 употребления). Будучи однокоренным к лексеме *бәшарәт*, это имя несет символическое значение «приносящий радостные вести»: *Бәшир кәлиб Малик[к]ә мәждә-ләди* 'Башир сообщил Малику радостную весть' [18, с. 92, 192 а]. Данный пример подтверждает символическое употребление имен собственных автором поэмы.

Лексема *бәшира* 'радость' относится к тому же арабскому корню: *“Йа бәшира, нәза гәлям!” – дәйүр имди* '«О радость! Это тот самый юноша!» – вскричал он' [18, с. 92, 190 г].

Арабское *мәфәррих* 'радостный' используется, как явствуют примеры, в глагольных конструкциях *мәфәррих ул-, мәфәррих қыл-* для передачи значения пребывания в состоянии радости или перехода в состояние радости: *қайғулу нәфсем мәфәррих қыйлғыл имди* 'печальную душу мою возрадуй' [18, с. 294, 1007 г]. В тексте также обнаружена однокоренная лексема *фәрих* 'радость, ликование': *мәхзунләри фәрих нәм ул [уқ] қылур* 'он дает опечаленным радость' [18, с. 258, 895¹⁰ в].

Мөждәлә 'приносить радостную весть' – глагольная форма, образованная посредством присоединения тюркского глагол-образующего аффикса -лә-: *Мәүлә җәлил Җәбраилә һәм бойурды, // Йүсефә қардәшларин мөждәләди* 'Великий Владыка повелел Джабраилу, // тот сообщил Йусуфу добрую весть о братьях' [18, с. 222, 757а-б].

Мөждә 'радостная весть', слово заимствовано из арабского языка: «*уш Йағкубең мөждәсе хазир кәлди, – // қани бәнүм Бәширем?!*» – *дәйүр имди* 'уже к Йағкубу пришла радостная весть, – // а где же мой Башир?!' – *стенала она*' [18, с. 270, 947 в-г].

Языковые средства, репрезентирующие состояние радости в тексте «Кысса-и Йусуф», функционируют в следующих ситуациях:

а) человек радуется благоприятным событиям: *Малик Дәғир сәуенүб қариу варды, // сәуенүбән Йүсефең алин алды* 'Малик Дагир, радуясь, пошел навстречу // радуясь, взял Йусуфа за руки' [18, с. 92, 192 б-в];

б) человек ощущает радость в предвкушении исполнения желаний: *Сәүенди: "Морадемә ирдәм", дәйүр* 'Радовалась, думая: "Достигла своей цели"' [18, с. 134, 400 а];

в) Кул Гали эксплицирует идею сакральности в предвестии радости через образ ангела либо людей, нареченных именем Бәшир: *Мәүлә җәлил Җәбраилә һәм бойурды, // Йүсефә қардәшларин мөждәләди* 'Великий Владыка повелел Джабраилу, // тот сообщил Йусуфу добрую весть о братьях' [18, с. 222, 757 а-б]; *Бәшир кәлиб Малик[к]ә мөждә-ләди, // Малик Дәғир сәуенүб қариу варды* 'Башир сообщил Малику радостную весть, // Малик Дагир, радуясь, пошел навстречу' [18, с. 92, 192 а-б];

г) через лексику *хәррәм* автор воплощает «визуализируемое» состояние – человек как бы светится от радости, таким образом человеческие эмоции из мира внутреннего находят отражение в мире внешнем;

д) состояние радости создают прилагательные, в основном арабо-персидские заимствования: *шад* 'радостный' и его производные, *хәррәм* 'светящийся (от радости)', *хәндан* 'радостный, веселый', *мөфәррих* 'радостный'; понятие радости передается существительным *бәшира* 'радость' и отглагольным существительным *сәуенмәк* 'радость (букв. радование)';

е) как свидетельствуют примеры, процесс пребывания или перехода в состояние радости чаще всего передается тюркским глаголом *сәуен-* и его словоформами: *сәуенди, сәуенүбән, сәуенүб, сәуендерәм, сәуендиләр, сәунүр* и др. В некоторых случаях такой процесс обозначается заимствованиями, конструкцией типа прилаг. + гл., например: *хәррәм ул-, хәррәм қыл-, мөфәррих ул-, мөфәррих қыл-*, реже – с помощью тюркских глагол-образующих аффиксов (-лә-), присоединяющихся к основе заимствованного слова, например, *мөждәлә-*;

ж) обращение к антитезе в тексте помогает создать аксиологическую детерминированность – ценность радости герои осознают, пройдя испытания печалью и горем: *ул махзун-не хәррәм қылыб сәуендерәм* 'обрадуя этого опечалившегося, (он) будет светиться (от радости)' [18, с. 268, 931 в]. Такой подход является основой средневековой философской мысли, провозглашая тем самым религиозное осмысление моральных ценностей и норм.

Подводя итог, необходимо подчеркнуть, что данное исследование является попыткой реконструкции внутреннего мира человека только на основе языкового материала. Мы изучили совокупность употреблений языковых единиц, репрезентирующих понятия кайғу 'печаль' и шадлық 'радость' в тюркоязычном средневековом памятнике Кул Гали «Кысса-и Йусуф» (1233). За пределами языкового выражения остается невербализованная часть исследуемых понятий. Нам удалось выяснить, что автор использует в языке памятника существительные и прилагательные для описания состояния радости или печали/горя, а также глагольные конструкции для выражения процесса перехода в эти состояния или выхода из них. Рассмотренные примеры и их синонимические ряды создают особое эмоциональное воздействие, демонстрируют лексическое разнообразие текста, что свидетельствует о художественной утонченности поэта Кул Гали. В целом состояние горя/печали нестабильно, оно сменяется радостью, когда исчезает причина страдания, что подтверждает реализацию религиозного пласта в системе ценностей исследуемого произведения, т. е. автор подчеркивает идею справедливого воздаяния, присущую средневековому сознанию. На основе примеров мы можем утверждать, что средневековому тюрку было не чуждо ощущение печали и радости в ситуациях межличностного общения. Пребывая в состоянии радости, человек весел, светится, также он может упасть без чувств. Состояние печали влияет на человека отрицательно: он бледнеет, теряет жизненные силы, аппетит, зрение. Радость и печаль являются неотъемлемой частью внутреннего мира человека. Исследование показало, что понятия «печаль» и «радость» во всем многообразии присущи средневековому тюрку.

Список использованных источников

1. Арутюнова Н. Д. Введение // Логический анализ языка. Образ человека в культуре и языке. – М.: Индрик, 1999. – С. 3–10.
2. Вендина Т. И. Средневековый человек в зеркале старославянского языка. – М.: Индрик, 2002. – 336 с.
3. Замалетдинов Р. Р. Теоретико-методологические предпосылки изучения языковой картины мира // Филология и культура. – 2009. – №3. – С. 134–142.
4. Яковенко Е. Б. Ното biblicus. Языковой образ человека в английских и немецких переводах Библии (опыт концептуального моделирования). – М.: Эйдос, 2007. – 288 с.
5. Средневековая татарская литература (VIII-XVIII вв.) / Ш. Ш. Абилов и др. – Казань: Фэн, 1999. – 240 с.
6. Хисамов Н. Ш. Поэма «Кыйсса-и Йусуф» Кул 'Али. – Казань: Изд-во «Дом печати», 2004. – 254 с.

7. Исламский толковый словарь / Г. М. Гогиберидзе. – Ростов н/Д: Феникс, 2009. – 266 с.
8. Краткий религиозно-философский словарь / Л. И. Василенко. – М., 1996. – 133 с.
9. Амирханов Р. М. Тюрко-татарская философская мысль средневековья (XIII–XVI вв.). Диссертация ... Монография. – Казань: Мастер-Лайн, 2001. – 262 с.
10. Наджип Э. Н. Исследования по истории тюркских языков XI–XIV веков. – М.: Наука. Главная редакция восточной литературы, 1989. – 283 с.
11. Кузьмина Х. Х. Лексика поэмы «Кысса-и Йусуф» Кул Гали. – Казань: ДАС, 2001. – 98 с.
12. Хисамов Н. Ш. Татарские поэты: монографические статьи, творческие портреты и этюды. – Казань: Татар. кн. изд., 2012. – 288 с.
13. Нуриева Ф. Ш. Формирование и функционирование тюрко-татарского литературного языка периода Золотой Орды: дис. ... д-ра филол. наук. – Казань, 2004. – 409 с.
14. Нуриева Ф. Ш., Кузьмина Х. Х. Жизнь и деятельность профессора Казанского университета Вахита Хозятовича Хакова // Филология и культура. – 2013. – № 33. – С. 342–345.
15. Nurieva F. Sh. Literary Language of the Golden Horde: Norms and Variations // Life Science Journal. – 2014, 10(11) – P. 713 – 717.
16. Кадилова Э. Х. Из наблюдений над лексикой Арабско-тюрко-татарского словаря XVI в. // «В. В. Радлов и духовная культура тюркских народов»: сборник трудов Интернет-конференции (Казань, 21 марта 2012 г.). – Казань: «Казанский университет», 2012. – С. 93–97.
17. Хисамова Ф. М. Туган тел һәм милләт язмышы // Tatarica. – 2013. – № 1. – С. 28–34.
18. Кул Гали. Кысса-и Йусуф. – Казань: Тат. книж. изд-во, 1983. – 543 с.

Научный руководитель Ф. Ш. Нуриева, д-р филол. наук, профессор КФУ

Губаева М. А., аспирант
Казанский (Приволжский) федеральный университет
 E-mail: atamannanajah@gmail.com

Gubayeva M. A.

CONDITIONS OF GRIEF AND GLADNESS LINGUISTIC EXPRESSION IN TURKIC-WRITTEN MEDIEVAL MONUMENT «KYSSA-I YUSUF» BY QUL ‘ALI (1233)

Medieval monuments' language is one of the keys to the whole age study. This article is the first attempt to describe medieval inward man reflected in the Turkic-Tatar writing "Kyssa-i Yusuf" (1233) by Qul 'Ali. In the current work we aim to describe linguistic units expressing conditions of grief (qayğu) and gladness (şadlıq). Special aspects of the mentioned concepts lexical representation and their functioning in the poem "Kyssa-i Yusuf" are examined in this article. In the conducted study we have come to the conclusion that these conditions were inseparable and complimentary in the medieval Turkic-speaking community. Both grief and gladness are the integral parts of the medieval ethical and moral values system, proved their cultural significance in the interpersonal and religious aspects.

Keywords: *middle ages, Turkic-written monuments, Qul 'Ali, cognitive linguistics, grief, qayğu, gladness, şadlıq.*

Gubayeva M. A., graduate student
Kazan (Volga region) Federal University
 E-mail: atamannanajah@gmail.com

Галинская Т. Н.

ПРОБЛЕМА САМОПРЕЗЕНТАЦИИ ЯЗЫКОВОЙ ЛИЧНОСТИ ПОЛИТИКА, ИЛИ ПОЧЕМУ В. ЖИРИНОВСКИЙ НЕ БЫЛ ИЗБРАН ПРЕЗИДЕНТОМ РФ*

Риторический анализ репрезентативного корпуса текстов незапланированных выступлений в прямом радиэфире политического должностного В. Жириновского проводится с целью обнаружения ситуаций, наиболее явно демонстрирующих неадекватность его стратегии самопрезентации ожиданиям избирателей, и выявления недостатков речевого поведения, препятствующих достижению поста президента страны: предпочтение удаленной коммуникативной позиции в сочетании с демагогическими приемами (эпатирование, гиперболизация, утрирование) как средства морального уничтожения оппонента; навязывание своего мнения в сочетании с нейтрализацией негативного представления о себе, создающей образ слабого, вынужденного защищаться и оправдываться политика; избрание кардинальных путей решения проблемы, отличающихся нарочитой и легкомысленной простотой, полностью обесценивающих предложения политика и лишаящих доверия к нему со стороны избирателей.

* Исследование выполнено при финансовой поддержке Российского гуманитарного научного фонда (проект № 12-34-01087-а1 и проект №12-34-01354-а2).

Ключевые слова: языковая личность, политический дискурс, Владимир Жириновский, самопрезентация, речевое портретирование, корпусный подход, лингвоперсонология.

Лингвоперсонологические исследования, направленные на изучение феномена языковой личности как «совокупности способностей и характеристик человека, обуславливающих создание и восприятие им речевых произведений (текстов), которые различаются степенью структурно-языковой сложности, глубиной и точностью отражения действительности, определенной целевой направленностью» [1, с. 3], характеризуются актуальностью благодаря приоритету антропоцентризма в современной лингвистике. Бурное развитие публичной политики в нашей стране обуславливает также высокий интерес к исследованию политической коммуникации в целом и языковой личности политиков в частности.

Современный лингвист имеет в своем распоряжении официальные правительственные сайты и блоги политиков, а также сайты газет и радиостанций, где доступны как тексты подготовленных речей политиков, так и образцы спонтанной речи в ответах на вопросы интервью, что наряду с развитием корпусной лингвистики, основанной на использовании языковых электронных корпусов, обеспечивает уникальную возможность вскрыть как сознательно конструируемые коммуникативные ходы [2], так и тщательно скрываемые помыслы, что как никогда актуально в условиях повышенной склонности современной политической коммуникации к конфронтации и манипулятивному воздействию на адресата [3, с. 55].

В работах лингвоперсонологического направления складываются два основных методологических подхода к исследованию языковой личности: реконструкция (метод структурного моделирования, метод лингвориторической реконструкции, биографический метод) и речевое портретирование [4, с. 26–28].

Метод речевого портретирования заключается в наблюдении над речевым поведением информанта и поярусном описании его языковой системы. Например, изучая особенности функционирования личных местоимений в текстах языковой личности, скрывающейся под масками двух виртуальных персонажей в сети Интернет, можно выявить схожие черты их речевого поведения и тем самым идентифицировать виртуальных «клонов» [5, с. 109–111].

Речевое портретирование позволяет выявить индивидуальные характеристики речевого поведения политика, в частности, предпочитаемые им стратегии и тактики для достижения цели коммуникации [6, с. 72–80]. Вслед за О. Н. Паршиной под стратегией мы понимаем «направленность речевого поведения в данной ситуации в интересах достижения цели коммуникации», а под тактикой – «конкретный шаг в реализации стратегии, конкретный выбор и последовательность речевых действий внутри этого шага» [7, с. 4–5].

Как отмечает А. Schütz, политический деятель, принимающий участие в радиоэфирах и телевизионных передачах (ток-шоу и теледебатах) с целью завоевать своего потенциального избирателя, должен уметь совмещать амплуа специалиста (expert) и актера (entertainer), т. е. не только проявлять свою компетентность в вопросах, напрямую связанных с профессиональной деятельностью, но и вызвать к себе симпатию у зрителя [8, с. 213]. В этом смысле одной из главных задач политического лидера выступает задача «понравиться народу», и для успеха речевого воздействия политика в рамках политической борьбы за власть особенно важной оказывается стратегия самопрезентации, т. е. эмоциональной «самоподачи» оратора, косвенной демонстрации психических качеств его личности для формирования определенного впечатления о нем самом и его целях [9, с. 65].

Целью данной статьи мы заявляем попытку выявить те черты стратегии самопрезентации политика, которые оказывают негативное влияние на его политическую репутацию и препятствуют достижению должности руководителя страны, на примере исследования языковой личности Владимира Вольфовича Жириновского, политического должжителя и «рекордсмена по количеству выдвижений» [10, с. 101], пятикратного участника в выборах на пост Президента Российской Федерации. Результаты выборов Президента РФ 2012 г. красноречиво свидетельствуют о том, что карьера В. Жириновского «движется к закату. На декабрьских выборах ЛДПР проиграла не только “Единой России” и КПРФ, но и “Справедливой России”, на выборах президента ветерана с 3-го места потеснил дебютант, который в политике менее года. Более того, Жириновский набрал в полтора раза меньше голосов, чем на предыдущих президентских выборах, и в 2 раза меньше, чем собственная партия на выборах 2011 г. Вероятно, предчувствуя, что эти выборы для него последние, Жириновский от отчаяния проводил свою кампанию очень агрессивно (досталось даже Путину), чем оттолкнул многих избирателей» [10, с. 101].

Анализ публикаций по заявленной проблеме показал, что фигура В. В. Жириновского весьма привлекательна для ученых, исследующих психологические [11; 12] и гендерные особенности политической коммуникации [13], а также в связи с поиском оптимальных методов разграничения личности реальной и позиционируемой [14]. Риторический анализ богатейшего «отрицательного материала», которым представляются тексты В. Жириновского за 2010–2012 гг. (25 интервью (общим объемом 433 тыс. знаков) в студии авторитетной радиостанции «Эхо Москвы» на передачах «Народ против...», «Dura lex», «Разворот», «Ищем выход», «Особое мнение», «В круге света» и др.), позволяет нам реконструировать его речевой портрет и выявить некоторые критерии оценки успешности/неуспешности его коммуникативной стратегии, не позволяющей ему на протяжении двух десятилетий добиться поставленной цели – стать Президентом России.

По нашим наблюдениям над корпусом текстов радиоинтервью В. Жириновского, стратегия самопрезентации реализуется в его речевом поведении прежде всего посредством тактики отождествления

для демонстрации своего единения с народом и создания позитивного имиджа политика, глубоко озабоченного судьбой своего народа, что в языковом плане выражается высокочастотным употреблением местоимения «мы» в значении «Мы-народ». Случаи употребления «я», как правило, вплетены в канву рассуждения политика от лица Мы и являются средством реализации тактики гипертрофирования я-темы, давно уже ставшей неотъемлемой чертой речевого поведения В. Жириновского (см. пример 1):

Пример 1: В. ЖИРИНОВСКИЙ: <...> **мы** хотим оградить наших слушателей от чуждой музыки, – **оградить, не запретить. Мы** же не говорим, что **мы** ему навязываем, **мы** идем ему навстречу. Вот сейчас откроете интерактивный опрос, и увидите, что **большинство** поддерживает **мою** позицию, не **вашу**.

О. БЫЧКОВА: В конце мы проголосуем.

В. ЖИРИНОВСКИЙ: Вот **я** и говорю – **я** выступаю, включаю опрос, – **мою** позицию поддерживает 95–98 % – меньше 60 % никогда не поддерживают. **Я** отстаиваю интересы **наших** граждан, не **свои** **собственные** [15].

В приведенном примере политик позиционирует себя сразу в двух ипостасях – Мы-народ и Я-Жириновский, причем в этом случае создается впечатление, что народ и политик – единое целое, особенно на фоне противопоставления оппонента («**большинство** поддерживает **мою** позицию, не **вашу**»). Этот прием служит Жириновскому для акцентирования своей значимости и, следовательно, для самоутверждения.

Тактика солидаризации, проявляющаяся в стремлении создать впечатление общности взглядов, интересов, ощущение «психологического созвучия» говорящего и аудитории [7], также реализует стратегию самопрезентации. Языковые средства создания такого впечатления разнообразны, однако В. Жириновскому больше свойственен прием выражения согласия с оценкой проблемы, данной адресатом. При этом речевые формы установления контакта (обращение по имени или имени и отчеству) практически не встречаются в речи политика. Эта особенность, безусловно, связана с тем, что для В. Жириновского предпочтительна удаленная коммуникативная позиция, дистанцирующая собеседника или нивелирующая его до обобщенного образа «человека вообще» (тактика дистанцирования [11]). Так, даже в ситуации непосредственного контакта с собеседником в эфире В. Жириновский строит свое высказывание таким образом, что собеседник занимает условную позицию в коммуникации, только в качестве слушателя или зрителя:

Пример 2: М. БУЛГАКОВ: Скажите, где критерий, как вы намерены ограничивать? Почему не запретить видеофильмы, зарубежные фильмы, литературу, или внести какую-то пропорцию?

В. ЖИРИНОВСКИЙ: Объясню – зарубежную литературу **вы** можете взять книгу, читать или не читать. А музыка звучит, **вы** не можете остановить ее звучание. В машинах включают радио, телепрограммы, радиостанции – это работает, на **вас** это действует. Интернет надо искать еще специально [15].

В примере 2, «вы» – это, скорее, не обращение к конкретному собеседнику (М. Булгакову, юристу, участвующему в радио-программе «Народ против...» как представитель Клуба привилегированных слушателей «Эхо Москвы»), а риторический прием, создающий иллюзию коммуникации, которая по своей природе диалогична и предполагает наличие адресата, без которого коммуникация не может состояться. Таким образом в большинстве случаев В. Жириновский низводит роль своего оппонента в разговоре до позиции пассивного слушателя, позиционируя собственную персону центральной фигурой в процессе коммуникации. Случаи употребления Вы в качестве прямого обращения к собеседнику редки, но они все-таки имеют место в радио-интервью с В. Жириновским (см. пример 1: «**большинство** поддерживает **мою** позицию, не **вашу**», т. е. М. Булгакова, адвоката), т. к. политик понимает необходимость хотя бы иногда «замечать» своего собеседника для поддержания имиджа политика, внимательного к народу. Можно также предположить, что подобного рода дистанцирование необходимо политику для обозначения своей принадлежности к определенному кругу, к которому не принадлежит собеседник, и в данном случае реализуется тактика оппозиционирования, также обеспечивающая воплощение стратегии самопрезентации.

В этой связи необходимо отметить, что в речи В. Жириновского редко встречается употребление местоимения «мы» в значении «мы с вами», которое, однако, способствуют созданию атмосферы «общения» и формирует оценочный фон восприятия речи слушателями (см. пример 3):

Пример 3: **Нам** не надо так делать. Я говорю, что идет культурное наступление со всех концов против **нашей с вами** страны [15].

В публичных выступлениях В. Жириновского иногда встречается тактика «ролевой идентификации» [7], когда политик, еще не получив искомую должность, ведет себя таким образом, как будто он уже занял этот пост (т. е. проигрывает определенную социальную роль и убеждает широкую аудиторию в том, что он хорошо смотрится в этой роли):

Пример 4: Например, смотрите сейчас актуально. Сирия и Иран. **Я** говорю, Барак, давай встретимся посередине, Исландия, Мальта. Барак, смотри, я знаю, ты хочешь оккупировать еще 7

арабских стран, мне Киссинджер говорил, взять под контроль всю нефть, газ, пожалуйста. Если вы Сирию раскурочите как Ливию, то следующий этап Иран. А Иран это уже Кавказ. **Поэтому давай договоримся так. Я не вмешиваюсь в ваши действия с Сирией, Иран, но в случае, если вы твердо будете нападать на Иран, я введу свои войска в Северный Иран. Всё. И не допущу ни одного беженца в сторону Кавказа, мне не нужна дестабилизация.** Южный Кавказ, конечно, пожалуйста. **Всё. Вот вам, пожалуйста,** на этом участке самое актуальное. Второй момент. Референдум в Латвии, русский язык. Он еще не прошел, условно, я уже президент. **Я вызываю министра иностранных дел, Лавров, допустим, говорю, вызови-ка посла Латвии к себе. Если референдум не будет в пользу признания русского языка вторым государственным, на следующий день прекратить все экономические связи с этой страной. Все абсолютно. Все переключить на Литву, Эстонию, в любом регионе. Пусть они посчитают свои убытки <...> Мне не играет роли. Я президент и защищаю всю страну, которая в границах государственных и всех русских в соседних государствах <...> [16].**

Анализ содержания подобных высказываний В. Жириновского от лица президента России показывает, что используемая тактика ролевой идентификации не приносит, на наш взгляд, ожидаемого эффекта – продемонстрировать будущего президента в действии – наоборот, в сочетании с тактикой указания пути решения проблемы, реализуемой кардинальными методами, отличающимися нарочитой и легкомысленной простотой и тем самым обесценивающими даже те предложения политика, которые содержат рациональное зерно (см. Пример 5), ролевая идентификация демонстрирует весьма гротескный вариант будущего президента, что, естественно, не прибавляет политике доверия со стороны избирателей.

Пример 5: Что такое президент Жириновский. Это уверенность, надежность, это никакой связи с советским режимом, никогда не был в КПСС. Это никакой связи с репрессиями, поскольку полсемьи были жертвами сталинских репрессий. В этом смысле это иммунитет против репрессий. Это хорошее понимание молодежи. Поскольку всегда с молодежной аудиторией общаюсь. Они в восторге. И другие общаются, но разное впечатление. Это другая внешняя политика, более дешевая и надежная. Когда никаких угроз для нас не будет. Договоренность с нужными стратегическими партнерами, чтобы мы, если участвуем в какой-то операции, чтобы интересы России были соблюдены. И им будет выгодно, и нам. Это отмена ЕГЭ немедленная. Уже объявили в конце мая первый экзамен. Июнь. Зачем мучить. Это обязательное трудоустройство по желанию, после окончания вуза кто не может устроиться, мы это обеспечим. Это молодежные жилищные кооперативы, потому что без жилья семье трудно создать. Надо обязательно дать возможность хотя бы дешевое однокомнатное. Чтобы они могли уйти от родителей. Это русский вопрос. Но не в ущерб другим. С тем, чтобы русские чувствовали себя более комфортно, что есть страна, где много разных народов, но чтобы было понимание – русский народ [16].

Еще одной особенностью речевого поведения В. Жириновского, по нашим наблюдениям, является применение стратегии самозащиты, реализующейся тактиками оправдания, оспаривания и критики, для самопрезентации и нейтрализации негативного представления о себе, что также создает обратный эффект – образ слабого политика, на которого все нападают, а ему приходится занимать оборонительную позицию и оправдываться происками «врагов». В приведенном отрывке интервью В. Жириновского в программе «Ищем выход» от 01.03.2012 накануне выборов Президента РФ мы видим его попытку опровергнуть ряд «провокаций», предпринятых против него нечистоплотными СМИ. Однако сама форма этого опровержения – словесная перепалка с радиоведущими, что тоже можно рассматривать как тактику эпатирования – только усугубляет положение и создает в глазах зрителей негативное впечатление о В. Жириновском как возможном будущем президенте страны:

Пример 6: В. ЖИРИНОВСКИЙ. – Вот видите у вас женская солидарность. А я хочу про Пугачеву. Что эта больная женищина будет лежать в психиатрической больнице. Теперь про Пугачеву кончаю. Она мне не нужна. Дальше я имел в виду еще провокации против меня какие были. Допустим, Урал. Когда-то у меня было интервью, в котором журналист меня спрашивал про Ельцина. Я ему объяснял, что Ельцин преступник, он разрушил наше государство и вот мы всё время думаем, почему он таким оказался негодяем. Он был член КПСС и Горбачев <...> Смотрю через 10 лет этот эфир, интервью. Подают и вырвали оттуда фразу, как будто бы там на Урале живут какие-то плохие люди. Ну так же нельзя делать. Я же говорил про Ельцина. Теперь дальше. Животные. Вдруг появляются какие-то комментарии, что Жириновский не любит животных. Почему? А вот у него ролик, там якобы ослик, он его бьет. Слушайте, в ролике о чем говорится? Я говорю, вот Россия, ранние символ ее был тройка удалая. А сейчас наша страна вот как этот ослик, маленькое упрямое животное, а ослы действительно упрямые.

О. ЖУРАВЛЕВА – Они упрямые только в том случае, если их перегружают.

В. ЖИРИНОВСКИЙ – Давайте не мешать опять. Понимаете, что вы не имеете права вмешиваться.

О. ЖУРАВЛЕВА – Владимир Вольфович, я имею право.

В. ЖИРИНОВСКИЙ – Нет, говорю еще раз. Я объясняю ролик, откуда вы знаете, что я вложил в этот ролик. Вы начинаете меня учить... Я же кандидат в президенты. Вы понимаете, что ведете себя как девушка с парнем, учите его, как одеваться, галстук. 5 марта в понедельник. Сегодня мое время до 9 часов. Сейчас кстати, идет... [16].

Из приведенного примера следует, что в процессе нейтрализации негативного представления о себе В. Жириновский прибегает к оскорблениям и обвинениям, что позволяет говорить о том, что политику свойственна своеобразная оборонительно-нападающая тактика поведения, явно не внушающая доверия к нему со стороны избирателей.

Другой характерной чертой стратегии самопрезентации, значительно подрывающей авторитет В. Жириновского, представляется стремление посредством демагогии и манипуляции, а также гиперболизации и утрирования держать аудиторию в страхе, что способствует, по его мнению, созданию образа «великого и ужасного» правителя. Однако в итоге подобное речевое поведение сопровождается обратным эффектом:

Пример 7: *Но плохая жизнь уже тысячу лет – во всем мире плохая жизнь. Вот покончил жизнь самоубийством начальник безопасности Давоса – великопепная, культурная страна – покончил с жизнью. Потому что он знает, какая мафия туда приезжает. Он знал, кого он охранял, что это они нам устроили мировой финансовый кризис. Ему стало стыдно, и он покончил жизнь самоубийством в день начала 40-го заседания, – 40 заседаний Давоса, и он не выдержал, швейцарец, немец, и ушел из жизни – ему стало противно, кого он охранял в Давосе [15].*

Пример 8: *И русские сегодня в Америке, Британии они хлопают в ладоши тому, что я говорю, а когда вы говорите, они протестуют, говорят – что он там делает вообще – они устали от иностранщины, они хотят слышать русскую речь и русские песни. Посмотрите все магазины на Брайтон-Бич – всё русская музыка везде, всё по-русски написано: «Парикмахерская», «Пельмени» – всё по-русски. Это их культура, они приехали отсюда. Вы привыкли, вы здесь живете, вам кажется ерунда, а это имеет большое политическое значение – люди хотят в России слушать русскую песню и русскую музыку – нормально [15].*

Риторический анализ интервью В. Жириновского позволяет выявить характерные черты речевого поведения политика, свойственные ему в период 2010–2012 гг., в рамки которого включена предвыборная кампания на пост Президента России, и этот период тем более интересен, что В. Жириновский в очередной раз принимал участие в этой предвыборной гонке. Как и ожидалось, в результате анализа был выявлен богатейший арсенал приемов и методов самопрезентации, которым В. Жириновский широко известен и благодаря которому остается на российском политическом олимпе уже не одно десятилетие. «Визитной карточкой» политика можно определить особое предпочтение им демагогии, разъяснения, указания пути решения проблемы, контрастивного анализа и аргументации, помноженных на эпатирование, что уже традиционно для В. Жириновского. Все эти приемы направлены на реализацию доминирующей в его речевом поведении стратегии – навязывание своего мнения, которое теперь часто сопряжено с целью оправдания и нейтрализации негативного представления о себе, вызванного, по его мнению, многочисленными провокациями.

Несмотря на блестящее владение ораторским искусством, В. В. Жириновский часто забывает о радиослушателях как истинном адресате ситуации общения в радиозфере, где допускает себе некорректное поведение, вступая в открытый конфликт (перебранку) с ведущими и другими участниками радиопередач. Подобные ситуации обычно имеют отрицательный эффект, что и объясняет, на наш взгляд, постоянные неудачи В. В. Жириновского в предвыборных гонках на пост главы страны.

Список использованных источников

1. Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность. – М.: Просвещение, 1987. – 264 с.
2. Renz B., Sullivan J. Electronic Resources and the Study of Political Elites in Russia // *Europe-Asia Studie.* – 2013. – Vol. 65(10). – P. 1898–1911.
3. Кобец Е. В. Языковая личность современного политика (коммуникативные стратегии и тактики, элокутивная прагматика) // *Вестник Красноярского государственного педагогического университета им. В. П. Астафьева.* – 2013. – № 3. – С. 54–64.
4. Иванцова Е. В. О термине «языковая личность»: истоки, проблемы, перспективы использования // *Вестник Томского государственного университета. Филология.* – 2010. – № 4. – С. 24–32.
5. Галинская Т. Н. Местоимения «ты» и «вы» в идиолексионе виртуальной языковой личности // *Вестник Оренбургск. гос. ун-та.* – 2010. – № 11. – С. 106–111.
6. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. – 6-е изд. – М.: URSS: ЛКИ, 2012. – 299 с.
7. Паршина О. Н. Стратегии и тактики речевого поведения современной политической элиты России: автореф. дис. ... д-ра филол. наук. – Саратов, 2005. – 40 с.
8. Schütz A. Entertainers, experts, or public servants? Politicians' self-presentation on television talk shows // *Political Communication.* – 1995. – Vol. 12:2. – P. 211–221.

9. Baumeister Roy F. Cognitive processes during deliberate self-presentation: How self-presenters alter and misinterpret the behavior of their interaction partners / Roy F. Baumeister, Debra G. Hutton, & Dianne M. Tice // *Journal of Experimental Social Psychology*. – 1989. – Vol. 25. – P. 59–78.
10. Алексеев Д. Ю. Выборы президента России-2012 в контексте политического лидерства // *Известия Восточного института*. – 2012. – № 1. – С. 97–104.
11. Паршина О. Н. Тактика дистанцирования в политическом дискурсе // *Гуманитарные исследования*. – 2007. – № 4. – С. 72–78.
12. Романов А. А., Малышева Е. В. Психологическое портретирование личности в политической коммуникации (на примере роликов В. В. Жириновского на видеохостинге «Youtube») // *Вестник Тверского государственного университета. Сер.: Педагогика и психология*. – 2013. – № 4. – С. 129–139.
13. Апухтина А. Г., Сергеева Н. М. Гендерные стереотипы в оценке интеллектуальной активности человека в политическом дискурсе (на материале публичных выступлений В. В. Жириновского и обсуждения избирателей в социальных сетях) // *Вестник Кемеровского государственного университета*. – 2013. – № 3–3 (55). – С. 39–42.
14. Galinskaya T. N. Image of the World as an Evaluation Tool of a Politician's Real and Pretended Language Personality (According to the Frequency Analysis of V. Zhirinovsky's Interview) // *In the World of Scientific Discoveries = В мире научных открытий : науч. журн.* – 2014. – № 9.2 (57). – С. 815–827.

Цитируемые интервью

15. *Народ против...* от 27.01.2010: Надо ограничить трансляцию иностранной музыки на радио и телевидении // URL: <http://www.echo.msk.ru/programs/opponent/651610-echo/>.
16. *Ищем выход* от 01.03.2012 // URL: [echo.msk.ru/programs/exit/863079-echo/](http://www.echo.msk.ru/programs/exit/863079-echo/).

Галинская Т. Н. канд. пед. наук, доцент

Оренбургский государственный педагогический университет

E-mail: galinskaya2012@gmail.com

Galinskaia T. N.

SELF-PRESENTATION PROBLEM OF A POLITICIAN'S LANGUAGE PERSONALITY, OR WHY VLADIMIR ZHIRINOVSKY WAS NOT ELECTED PRESIDENT OF THE RUSSIAN FEDERATION

Rhetorical analysis of a representative text body of unprepared radio appearances by a political long-living person Vladimir Zhirinovsky is conducted to detect situations that most clearly demonstrate the inadequacy of his self-presentation strategy to his voters' expectations, and to identify his verbal behavior gaps in achieving presidency: his preference to a remote communication positions together with demagogic methods (shocking and exaggeration) as a means of moral destruction of the opponent; his way of imposing his views combined with the neutralization of negative ideas about himself creates an image of a weak politician who is forced to defend and justify his actions; radical and flippant solutions completely devalue the politician's proposals and deny credibility with voters.

Keywords: *language personality, political discourse, Vladimir Zhirinovsky, self-presentation, verbal portraiture, case approach, linguistic personology.*

Galinskaia T. N., PhD in Methods of TFL, Associate Professor

Orenburg State Teachers' Training University

E-mail: galinskaya2012@gmail.com

Хабибулина А. С.

ВОСПРИЯТИЕ ЭКСПРЕССИВНОГО ПРАЙМА В ЗАДАЧАХ КАТЕГОРИЗАЦИИ (ГЕНДЕРНЫЙ АСПЕКТ)

В работе представлены результаты экспериментального исследования, целью которого была проверка гипотезы о том, что экспрессивность как языковая категория противопоставляет мужчин и женщин как при порождении речи, так и при восприятии языкового стимула. Актуальность работы обусловлена повышенным интересом к таким активно развивающимся направлениям лингвистики, как гендерная и экспериментальная лингвистика. Гипотеза проверяется при помощи психолингвистического эксперимента, на основе использования программного обеспечения E-Prime 2.0., где испытуемые решают задачу категоризации. В результате проведения эксперимента не было выявлено статистически значимых различий у мужчин и женщин в скорости реакции на экспрессивные и неэкспрессивные стимулы.

Ключевые слова: *гендерная лингвистика, экспериментальная лингвистика, когнитивная лингвистика, экспрессивность, гендер, прайминг, время реакции, E-prime.*

В современной науке гендерная специфика когнитивной сферы человека представляет собой особый интерес для лингвистов. Исследователи стремятся понять, каким образом репрезентируются представления об окружающем мире в зависимости от гендерного фактора, как влияют на этот процесс социальные факторы и коммуникативная среда. Новая дисциплина – гендерная лингвистика – разрабатывает различные

подходы к изучению гендера, среди которых важное место занимает экспериментальный метод когнитивной лингвистики. Экспериментальные исследования в когнитивной лингвистике, направленные на изучение гендерных различий, представлены в современных зарубежных исследованиях, выполненных на материале языков различных типов. Так, в статье A. Janyan, Y. Vergilova [1] раскрывается проблема связи грамматического рода и биологического пола на материале болгарского языка. В рамках этого исследования были проведены три эксперимента, из которых третий показал статистически значимые результаты ($p < .001$). Эксперимент был проведен при помощи программного обеспечения E-prime, которое регистрирует время реакции. В качестве стимулов в эксперименте были использованы 10 изображений предметов, относящиеся к женскому роду, и 10 – к мужскому, а также 8 изображений лиц мужского и женского пола. Перед испытуемым стояла задача категоризовать объекты, появляющиеся на экране, по грамматическому роду, а также лица мужчин и женщин – по их биологическому полу. Результаты эксперимента показали, что участники реагировали быстрее при условии совпадения (конгруэнтности) изображения и надписи на экране, чем при условии несовпадения (неконгруэнтности), что может свидетельствовать о произвольности грамматического рода [1].

Авторы другого эксперимента, Xiaobin Zhang, Qiong Li, Kendall J. Eskine, Bin Zuo [2], посвященного гендерным исследованиям, доказывают, что категоризация гендера включает перцептивное моделирование (симуляцию) размера и расположения объектов в пространстве. В качестве стимулов были отобраны фотографии 44 мужчин и 44 женщин. Первое исследование показало, что испытуемые реагируют быстрее, если фотографии мужчин располагаются в верхней части экрана, а фотографии женщин в нижней части экрана, т. к. мужчины выше и больше, чем женщины. Результаты второго исследования показали, что испытуемые также реагировали быстрее, когда мужские имена появлялись на экране крупным шрифтом, а женские более мелким. Такие выводы могут служить доказательством того, что гендер включает процесс перцептивного моделирования (симуляции) [2].

На материале русского языка с применением того же программного обеспечения было проведено исследование, направленное на выявление гендерных различий в обработке образных метафорических именовании мужчин и женщин. Исследование показало, что характер когнитивной обработки гендерно маркированных метафор различается у мужчин и женщин [3].

Изучив материалы работ зарубежных и российских авторов, мы решили провести экспериментальное исследование, основываясь на результатах работ по гендерной лингвистике, в которых была выявлена общая тенденция преобладания экспрессивности и эмоциональности в женской речи по сравнению с мужской [4–6], а также на выводах нашей предыдущей работы, в ходе которой на материале текстов коротких электронных сообщений на основе использования лингвистических и компьютерных методов анализа текстов в качестве наиболее ярких показателей отличий мужской и женской речи были выделены экспрессивные единицы. В результате проведенного нами исследования были получены данные, свидетельствующие о том, что количество использований экспрессивных единиц в женской речи почти в два раза больше, чем в мужской речи [7].

В нашем исследовании при определении категории экспрессивности и способов ее языкового воплощения мы опирались на работы Н. А. Лукьяновой. Согласно определению Н. А. Лукьяновой, экспрессивность представляет собой свойство лексической единицы, связанное с ее способностью выразить определенное внеязыковое содержание, дать качественно-количественную характеристику реальных предметов, выделить особенность данного предмета на фоне одноименных с ним предметов и выразить эмоциональную оценку предмета речи, данную ему от лица говорящего [8, с. 43].

Вслед за Н. А. Лукьяновой, мы считаем, что понятия «эмоциональность» и «экспрессия» соотносятся по принципу «частное – общее». Эмоциональная оценка, наряду с интенсивностью и образностью, является семантическим компонентом экспрессивности [8, с. 79–82]. Одними из наиболее ярких средств реального воплощения экспрессивности речи являются диминутивные суффиксы [9, с. 194–231; 10]. Именно их мы выбрали в качестве единиц, противопоставляющих мужскую и женскую речь.

Анализ литературы и результаты наших исследований явились основанием для выдвижения частной гипотезы.

Гипотеза. Если женщинам больше свойственно использование экспрессивной лексики в речи, чем мужчинам, то и влияние экспрессивной лексики на выполнение разного рода когнитивных задач у мужчин и женщин проявится по-разному, в том числе в скорости реакции (R_t) при восприятии языкового стимула. Данная общая гипотеза была конкретизирована до двух более частных, которые послужили основой построения экспериментального исследования: 1) при решении задачи категоризации когнитивная обработка экспрессивных прилагательных, находящихся в позиции прайма, различается у мужчин и женщин; 2) употребление прилагательных с диминутивными суффиксами больше свойственно по отношению к женщине, чем к мужчине.

Эксперимент. Для проверки данной гипотезы нами была разработана процедура специального эксперимента на основе использования программного обеспечения E-Prime 2.0 (Copyright 1996-2012 Psychology Software Tools), который регистрирует время реакции на стимул.

Испытуемые. В качестве испытуемых были привлечены 44 человека – 22 мужчины и 22 женщины в возрасте от 18 до 24 лет, студенты Томского государственного университета и Томского политехнического университета.

Дизайн и материал. Данный психолингвистический эксперимент был смоделирован по принципу праймирования (прайминг), который подразумевает воздействие, влекущее за собой более точное или быстрое решение когнитивной задачи.

В качестве праймов использовались экспрессивные и неэкспрессивные прилагательные: *малюсенький* vs *любопытный*; *хорошенький* vs *общительный*. Общее количество прилагательных – 38, в числе которых 18 экспрессивных и 18 нейтральных.

В качестве стимулов нами были выбраны личные имена мужчин и женщин (*Маша, Рома* и др.), 18 имен относятся к женскому полу, 18 – к мужскому.

Таблица 1. Типы праймов

	Характер экспрессивности	Прилагательные
Пары праймов	Экспрессивные	приятенький румяненький
	Неэкспрессивные	трудолюбивый внимательный

Таким образом, эксперимент был создан с одной зависимой переменной – время реакции (Rt), тремя независимыми переменными, каждая из которых включала два уровня (2x2x2): личное имя: мужское vs. женское; тип прайма: экспрессивность – экспрессивные слова vs. неэкспрессивные слова; пол испытуемых: мужской vs. женский.

Так как в качестве зависимой переменной в эксперименте выявляется скорость реакции, нужно было исключить влияние не исследуемых в эксперименте факторов, способных повлиять на Rt. К таким факторам относят длину слова и его частотность. В качестве праймов были отобраны единицы, различия длины слова которых были статистически незначимы. Также для формирования классов праймов были проведены претесты. Методом шкалирования в диапазоне от 1 до 7 была определена степень экспрессивности прилагательных, что позволило сформировать группы праймов, объединенных по признаку максимальных различий степени экспрессивности. Также при помощи метода шкалирования была определена субъективная частотность данных единиц в том же диапазоне от 1 до 7. В результате проведенных претестов были сформированы группы, не противопоставленные по признаку частотности, но максимально противопоставленные по экспрессивности.

Кроме того, в системе претестов были проверены частотность имен собственных и их типичность для обозначения мужчин и женщин. Длина стимула также контролировалась.

Стимулы, полученные в результате претестов, были проанализированы с помощью программы SPSS STATISTICS, где статистическим методом были подтверждены их противопоставленность по экспрессивному признаку и объединенность по частоте и длине слов.

Процедура эксперимента. Задача испытуемого – определить, называет данное личное имя мужчину или женщину. Мы предполагаем, что, даже не находясь в фокусе сознания, экспрессивность/неэкспрессивность прайма может повлиять на выполнение задания.

Процедура включала тренировку и непосредственно эксперимент. В инструкции испытуемым предлагалось определить, какому полу принадлежит личное имя, появляющееся на экране. Выбор ответа маркировался нажатием клавиш 1 – «мужскому» и 2 – «женскому». По окончании практики следовал слайд со второй инструкцией: «Это была тренировка. Если вы готовы продолжать, нажмите пробел». Стимулы и праймы предъявлялись рендомизированно, время их предъявления – 2000 мс., также в процедуру эксперимента был включен фиксационный крест (250 мс.) и дополнительный интервал в виде пустого экрана (250 мс.).

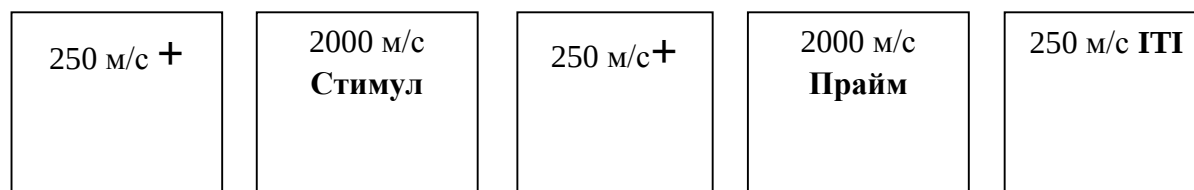


Рис. 1. Процедура эксперимента

Анализ и обсуждение. Полученные результаты эксперимента анализировались с использованием пакета STATISTICA 21.

Однофакторный анализ ANOVA показал наличие различий, которые оказались статически значимыми ($p=,00005$): скорость реакции женщин как на нейтральные, так и на экспрессивные прилагательные значимо отличается от скорости реакции мужчин, что подтверждает общую тенденцию более быстрой реакции женщин при выполнении такого рода задач.

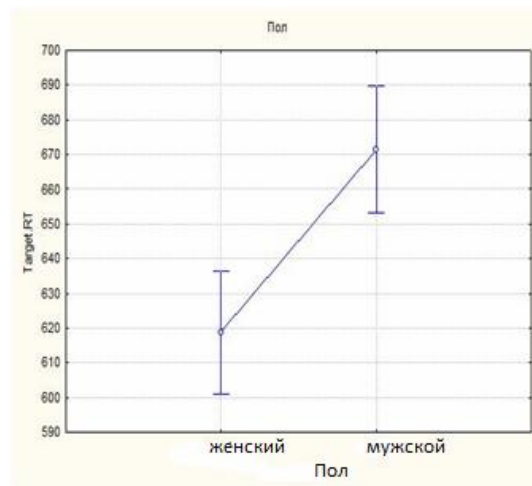


Рис. 2. Скорость реакции мужчин и женщин

Однако анализ влияния экспрессивного прайма на стимулы, в качестве которых выступали личные имена, показывает, что он не влияет на скорость принятия решений испытуемыми, т. е. не является значимым фактором ($p=,21053$).

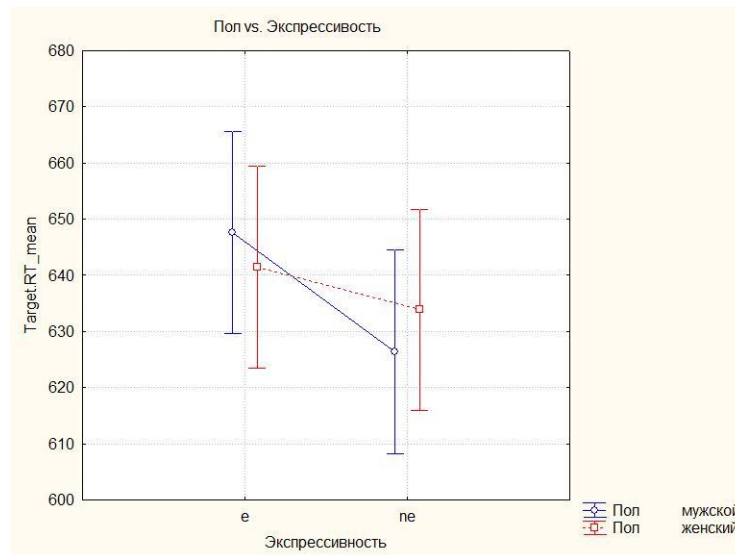


Рис. 3. Соотношение экспрессивности и пола испытуемого

Статистически не подтверждается гипотеза о том, что сочетание женского имени с прилагательным с уменьшительно-ласкательным суффиксом будет более привычным и, следовательно, время реакции испытуемого будет меньше. Однако в данном случае проявилась другая закономерность: мужчины и женщины одинаково реагируют на сочетание имени и экспрессивного прилагательного, маркированного мужским родом (*храбренький Влад*), но женщины значительно быстрее реагируют на сочетание имени и экспрессивного прилагательного, маркированного женским родом (*хорошенькая Маша*), где значение $p=,05326$.

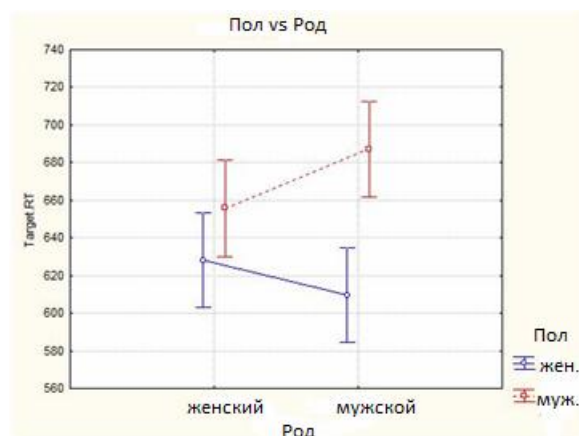


Рис. 4. Соотношение рода личного имени и пола испытуемого

Заключение

В случае взаимодействия эффектов экспрессивности и пола испытуемых статически значимых различий выявлено не было. Однако стоит отметить, что, по данным эксперимента, тенденция к различиям все-таки существует.

Список использованных источников

1. Janyan A., Vergilova Y. Biological Sex Context Influences Grammatical Gender Categorization of Objects // *European Perspectives on Cognitive Science* New Bulgarian University Press. – Sofia, 2011. – P. 1–6.
2. Xiaobin Zhang, Qiong Li, Kendall J. Eskine, Bin Zuo. Perceptual Simulation in Gender Categorization: Associations between Gender, Vertical Height, and Spatial Size, 2014. URL: <http://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0089768>.
3. Rezanova Z. I., Nekrasova E. D., Shilyaev K. S. Gender-marked metaphors: influence of grammatical gender and animateness on referential choice of metaphorical name of the person in the Russian language // *Procedia – Social and Behavioral Sciences* (The XXV annual international academic conference, Language and culture, 20-22 October 2014). – P. 280–285.
4. Горошко Е. И. Электронная коммуникация (гендерный анализ) // *Общение, языковое сознание и межкультурная коммуникация*. – М.: Институт языкознания РАН, 2005. URL: <http://www.textology.ru/article.aspx?aid=86>.
5. Горошко Е. И. Языковое сознание: гендерная парадигма // *Методология современной психолингвистики: сб. науч. тр.* – М.; Барнаул: Изд-во Алт. ун-та, 2003. – С. 99–102.
6. Кирилина А. В. Гендер: лингвистические аспекты. – М.: Ин-т социологии РАН, 1999. – 189 с.
7. Хабибулина А. С. Формальные показатели экспрессивности речи в коротких электронных сообщениях // *Коммуникативные аспекты языка и культуры: сб. материалов XIV Междунар. науч.-практ. конф. студентов и молодых ученых. Ч. 2.* – Томск: Изд-во ТПУ, 2014. – С. 102–106.
8. Лукьянова Н. А. Экспрессивная лексика разговорного употребления: проблемы семантики: монография. – Новосибирск: Наука, Сиб. отд-ние, 1986. – 230 с.
9. Резанова З. И. Именная деминутивная деривация в механизмах выражения оценки // *Картины русского мира: Аксиология в языке и тексте*. – Томск, Изд-во Том. Ун-та, 2005. – С. 194–231.
10. Резанова З. И. Функциональный аспект словообразования: Русское производное имя. – Томск, Изд-во ТГУ, 1996. – 218 с.

Научный руководитель З. И. Резанова, д-р филол. наук, профессор ТГУ

Хабибулина А. С., студент

Национальный исследовательский Томский государственный университет

E-mail: habibulina_a@mail.ru

Khabibulina A. S.

PERCEPTION OF AN EXPRESSIVE PRIME IN CATEGORIZATION TASK: GENDER ASPECT

The paper demonstrates the results of experimental research, the purpose of which is to test the hypothesis that the expressiveness as a language category contrasts men and women speech production and perception of language stimuli. The relevance of this study can be explained by the increased interest in the rapidly developing areas such as gender linguistics and experimental linguistics. The hypothesis is tested with the use of the psycholinguistic experiment that is based on the E-Prime 2.0. software. Subjects have to accomplish a categorization task. As a result of the experiment, no statistically significant difference in speed of response on expressive and non-expressive stimuli was obtained among the answers of both sexes.

Keywords: cognitive linguistics, experimental linguistics, gender linguistics, priming, expressiveness, reaction time, E-prime.

Позовкина К. С.

КОГНИТИВНАЯ ОБРАБОТКА ВЕРБАЛЬНОГО СТИМУЛА С ОТРИЦАТЕЛЬНОЙ КОННОТАЦИЕЙ МУЖЧИНАМИ И ЖЕНЩИНАМИ: ЭСПЕРИМЕНТАЛЬНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ

Цель исследования – проверка гипотезы о том, что обработка экспрессивного вербального стимула с отрицательной коннотацией при решении задачи lexicaldecision (лексического решения) будет различной во временном соотношении в зависимости от гендерной принадлежности испытуемого. Актуальность работы объясняется ее включенностью в проблематику гендерной и когнитивной областей лингвистики, каждая из которых является развивающимся перспективным направлением в современной науке. Данная гипотеза проверяется при помощи психолингвистического эксперимента: испытуемые, организованные в группы по гендерному принципу, выполняют задание на принятие лексического решения. В результате проведения эксперимента были получены данные, свидетельствующие об отсутствии статистически значимых различий у мужчин и женщин в скорости реакции на экспрессивные и неэкспрессивные стимулы.

Ключевые слова: когнитивная лингвистика, экспериментальная лингвистика, гендерная лингвистика, экспрессивность, время реакции, E-prime.

Экспериментальные методы в лингвистике особенны тем, что в фокусе их внимания находится не сам язык, а человек, носитель языка, порождающий, воспринимающий тексты и выступающий как информант для исследователя. В частности, в настоящее время эксперимент в лингвистике представлен рядом работ как отечественных, так и зарубежных исследователей, активно занимающихся изучением того, как обрабатываются и категоризируются языковые стимулы в человеческом сознании. Данные исследования проводятся с привлечением различного экспериментального оборудования, например, метод картирования работы головного мозга с помощью МРТ при решении лингвистических задач или исследования движения зрачка испытуемого при помощи такого устройства, как eye-tracker.

Лингвистические исследования с применением экспериментальных методов в настоящее время активно проводятся с использованием программного обеспечения E-prime 2.0, которое регистрирует скорость реакции испытуемого на стимулы. С помощью данной программы ученые могут проводить эксперименты, при которых участник не осознает, с какой целью проводится исследование; то, что именно интересует исследователя, остается вне фокуса внимания испытуемого. Это может осуществляться как с помощью отвлеченного задания со стимулами, например, сортировки стимулов по различным классам, так и с использованием праймирования в эксперименте, когда вывод на экран значимых для исследователя стимулов является ограниченным по времени, практически не регистрируемым осознанно, но предположительно влияющим на течение эксперимента. Таким образом, данная программа дает нам возможность более эффективного изучения подсознательных процессов, когда обработка нужной информации участником происходит неосознанно.

Гендерный аспект обработки вербальных стимулов представлен рядом многочисленных работ, посвященных проблеме связи грамматического рода и биологического пола в языке. Например, в работах А. Джаян, И. Верджиловой (Armina Janyan, Oana Vergilova) [1], Е. Андоновой (Elena Andonova) [2] и др.), где исследуется степень произвольности грамматического рода. Так, в частности, испанские и немецкие ученые Э. Микэн, М. Шифке и А. Стефанович (Anne Mican, Maren Schiefke and Anatol Stefanowitsch) [3] на материале немецкого и испанского языков исследовали связь прилагательных с существительными женского и мужского рода. Проверялась гипотеза о том, что носители языка воспринимают существительное мужского или женского рода с присущей им соответствующей семантикой мужских или женских качеств.

В области экспериментальных исследований когнитивной обработки гендерно значимой семантики грамматический род является одним из значимых анализируемых объектов. Так, в фокусе исследования испанских ученых А. Е. Хернандези Х. Хофман стало время обработки рода существительных (Arturo E. Hernandez, Sonja A. Kotz, Juliane Hofmann и др.) [4]. Данное исследование проводилось с привлечением сканирования работы головного мозга, с помощью МРТ, в момент решения лингвистической задачи. Испытуемым предлагалось категоризовать испанское существительное по роду. Было выявлено, что непрозрачные элементы, т. е. такие, где не было корреляции с типом женского/мужского окончания, требуют более длительной обработки, чем коррелирующие.

В работе З. И. Резановой, Е. Д. Некрасовой, К. С. Шиляева на материале русского языка было доказано влияние грамматического рода на выбор испытуемыми референции метафорических номинаций лица к мужчине или женщине, а также значительно большая чувствительность женщин к противопоставлению имен по категории одушевленности по сравнению с мужчинами при выполнении задач референтного выбора имен [5, р. 280–285].

В гендерной лингвистике существует два направления в изучении гендера: 1) отражение гендера в языке, 2) отражение гендера в коммуникативном поведении мужчин и женщин. Так, мы видим, что экспериментальные исследования в основном направлены на изучение гендерного противопоставления, которое уже сформировано в языке, в частности, на анализ грамматического рода существительного и его связь с противопоставлением по полу.

Исследователи, занимающиеся изучением мужской и женской речи, утверждают, что речь мужчин и женщин противопоставлена по параметру экспрессивности. Многие из них также выделяют, что речь женщины характеризуется большей эмоциональностью и экспрессивностью по сравнению с мужской. Анализ литературы по данной теме показал, что можно выявить отличительные признаки мужской и женской речи. Например, для мужчин характерным является использование армейского и тюремного жаргона, а также однообразие лексических приемов при передаче эмоций, использование газетно-публицистических клише, сочетание официально и эмоционально маркированной лексики при обращении к родным и близким людям, употребление нецензурных слов как вводных и т. д. У женщин была отмечена склонность к употреблению книжной лексики, употребление коннотативно нейтральных слов, эвфемизмов, обилие усилительных частиц, наречий и прилагательных ([6–8] и др.).

Нами было проведено собственное исследование на материале разговорной речи, результаты которого показали воспроизводимость данной тенденции, а именно, большей склонности женщин к употреблению экспрессивных средств выразительности [9].

Анализ литературы и результаты исследования послужили основанием для выдвижения **гипотезы** о том, что частотность использования экспрессивных слов в речи может повлиять на их восприятие. При этом в качестве исследуемой проблемы мы рассматриваем противодействие двух тенденций: с одной стороны, женская речь более экспрессивна, с другой стороны, мужская речь, будучи в целом менее экспрессивной, содержит большее количество слов с отрицательной коннотацией. Неясно, какой фактор окажется в данном случае более значимым при восприятии стимула.

Эксперимент

Для проверки гипотезы о значимости фактора экспрессивности и влияния характера экспрессивной оценочной семантики на восприятие стимула нами был спланирован эксперимент, с помощью программы E-Prime 2.0 (Copyright 1996-2012 Psychology Software Tools).

Испытуемые

В качестве испытуемых выступили студенты томских вузов в возрасте от 18 до 23 лет, равное количество мужчин и женщин.

Стимулы и дизайн

В качестве стимулов нами были отобраны максимально однородные единицы, как по грамматическим, так и по семантическим показателям. Так, мы использовали слова одной части речи, а именно глаголы с отрицательной семантикой, стилистически маркированные, у которых в значении присутствовал компонент «делать что-либо в значительной степени выше нормы», например, *намалеваться, выпендриться*.

Для исключения влияния на чистоту эксперимента таких факторов, как частота слова и степень экспрессивности, нами были проведены претесты среди студентов томских вузов, т. е. той возрастной группы людей, которые в дальнейшем прошли данный эксперимент. Студентам предлагалось заполнить опросные листы, в которых напротив глагола необходимо было выбрать цифру, которая указывала на степень экспрессивности и частоты данного слова, где единице соответствовал минимальный результат (неэкспрессивное, нечастотное, соответственно), а семерке – максимальный (экспрессивное, самое частотное).

После собранных результатов был проведен T-test, который показал отсутствие различий между двумя группами слов (нейтральными и экспрессивными стимулами) как по частотности, так и по их длине. Тест на экспрессивность показал, что нейтральные и экспрессивные слова значимо отличаются друг от друга. Проведение претестов позволило выбрать стимулы, не имеющие статистически значимых различий по субъективной частотности, и сформировать группы стимулов, объединенных по признаку степени экспрессивности. Таким образом, мы проконтролировали данные факторы и их возможное влияние на результаты эксперимента.

Дизайн эксперимента был создан по двум независимым переменным: 1) экспрессивность (*экспрессивные vs. неэкспрессивные стимулы*), 2) пол испытуемых (*мужской vs. женский*). Также в эксперимент была включена контролирующая группа слов – так называемые неслова, т. к. задание эксперимента предполагало отнести единицу, появляющуюся на экране, к одной из двух групп (слова/неслова), так называемые филлеры, т. е. стимулы, результаты обработки которых не учитываются при подведении итогов. Таким образом, в эксперименте участвовали 3 группы слов: экспрессивные слова, неэкспрессивные слова и вымышленные неслова. В качестве зависимой переменной выступало время реакции (Rt).

Таблица 1. Примеры стимулов и филлеров по противопоставленным параметрам

	Характер экспрессивности	Слова	Неслова
Пары стимулов	Экспрессивные	НАМАЛЕВАТЬСЯ НАБУХАТЬСЯ	ПЕТАДАВАТЬСЯ ЧТАРАКАТЬСЯ
	Неэкспрессивные	ЗАНИМАТЬСЯ НАНИМАТЬСЯ	ШАТУКАТЬСЯ ЧТАМАТЬСЯ

Процедура эксперимента

Испытуемые в эксперименте выполняют задание на лексическое решение (lexical decision): испытуемым предлагалось решить, являлось ли слово, выведенное на экран, реальным или вымышленным.

Процедура включала в себя как эксперимент, так и тренировку. В инструкции участнику предлагалось нажать 1 – в случае, если он видит слово, и 2 – в случае, если на экране появляется неслово. Сначала на экране появляется фиксационный крест (+) с длительностью 250 м/с, затем появляется стимул с продолжительностью 2000 м/с, а затем пустой слайд (iti). В целом эксперимент занимает от 2,5 до 3 минут в зависимости от скорости реакции участника.

Полученные данные были обработаны с использованием пакетов IPM SPSS STATISTICA и STATISTICA 21.

Результаты и обсуждение

1. В целом, как мужчины, так и женщины реагировали на экспрессивные слова быстрее, чем на нейтральные. Статистический анализ показал высокий уровень значимости фактора экспрессивности ($p=0,00016^{***}$, $F=15,857$).

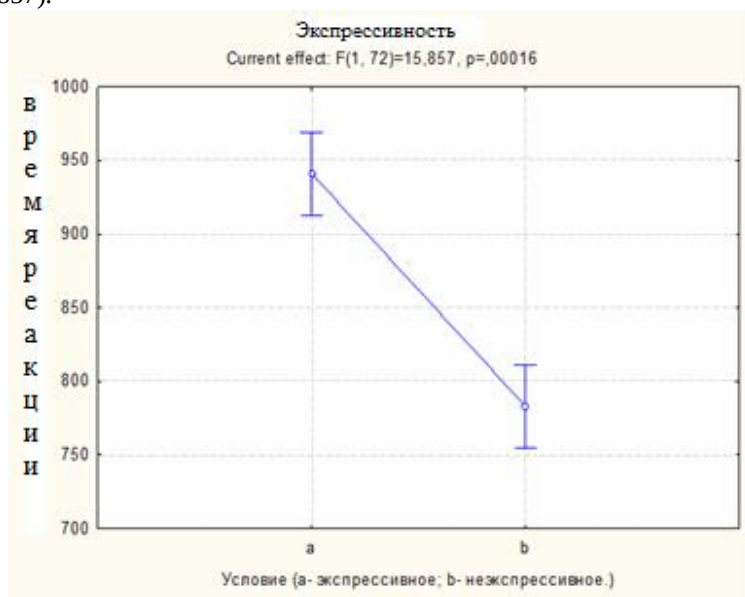


Рис. 1. Общая скорость реакции на стимулы (экспр./нейтрал.)

2. Скорость реакции женщин на языковые стимулы оказалась выше, чем у мужчин. Данное наблюдение подтверждает общую гипотезу о том, что женщины склонны к более быстрому выполнению разного рода когнитивных задач. Статистический анализ показал высокий уровень значимости гендерного фактора на скорость реакции ($p=0,11135$, $F=2,5984$).

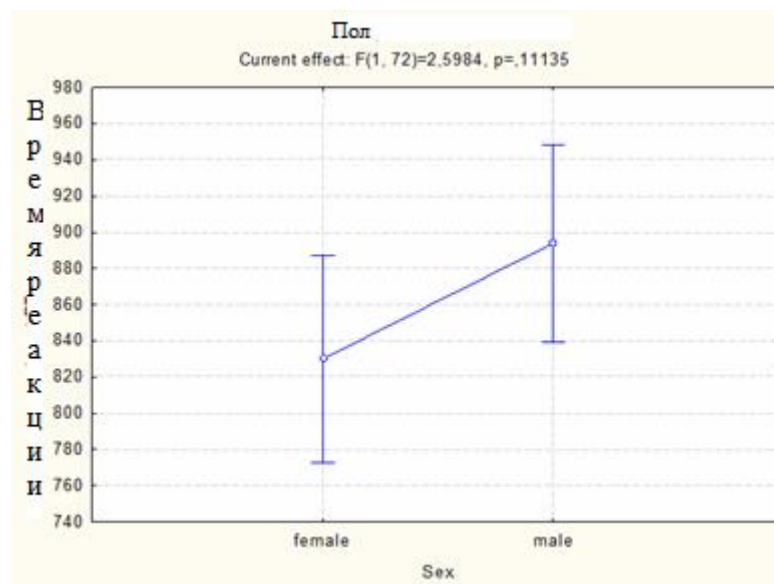


Рис. 2. График зависимости времени реакции от пола испытуемого

3. График взаимодействия эффектов не показал интеракции ($p=0,85206$, $F=0,03503$). Женщины реагировали быстрее не только на экспрессивные стимулы, но и на нейтральные, а мужчины с одинаковой пропорцией меньше. Таким образом, фактор экспрессивности является значимым при обработке вербального стимула, однако это влияние гендерно не противопоставлено: как мужчины, так и женщины реагируют на экспрессивные единицы медленнее.

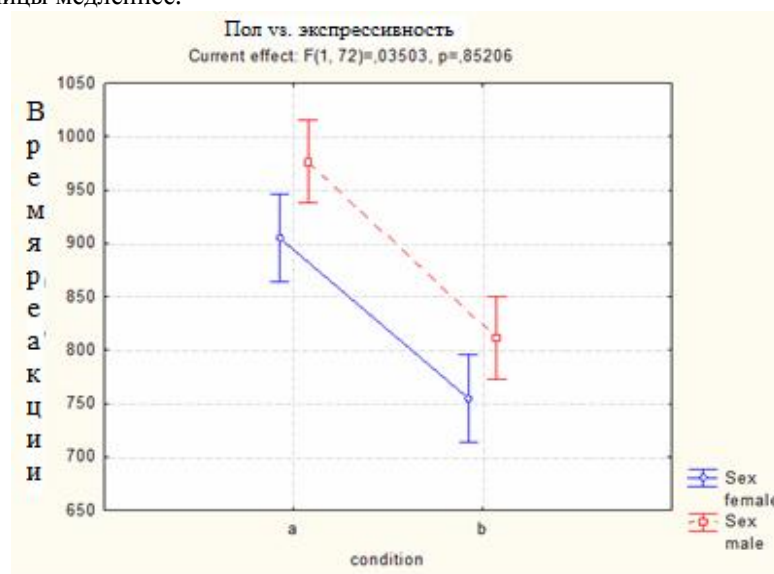


Рис. 3. График взаимодействия эффектов

Таким образом, на данном этапе мы можем предположить, что нет прямой корреляции между коммуникативным поведением и когнитивной обработкой стимулов.

Список использованных источников

1. Janyan A., Vergilova Y. Biological Sex Context Influences Grammatical Gender Categorization of Objects // Biological Sex Context Influences Grammatical Gender Categorization of Objects// European Perspectives on Cognitive Science. – Sofia: New Bulgarian University Press, 2011.
2. Andonova E., D'amico S., Devescovi A., Bates E. Gender and lexical access in Bulgarian // Perception & Psychophysics. 2004.
3. Mickan A., Schiefke M., Stefanowitsch A. Key is a llave is a Schlüssel: A failure to replicate an experiment from Boroditsky et al // Yearbook of the German Cognitive Linguistics Association Jahrbuch der Deutschen Gesellscha für Kognitive Linguistik, 2014. – Volume 2. –P. 39–50.
4. Hernandez A. E., Kotz S. A. & Hofmann J. The neural correlates of grammatical gender decisions in Spanish // Neuroreport 2004; Vol 15 (5). – P. 863–866.
5. Rezanova Z. I., Nekrasova E. D., Shilyaev K. S. Gender-marked metaphors: influence of grammatical gender and animateness on referential choice of metaphorical name of the person in the Russian language // Procedia – Social and Behavioral Sciences (The XXV annual international academic conference, Language and culture, 20-22 October 2014). – P. 280–285.

6. Горошко Е. И. Электронная коммуникация (гендерный анализ) // Общение, языковое сознание и межкультурная коммуникация. – М.: Институт языкознания РАН, 2005. URL: <http://www.textology.ru/article.aspx?aId=86>.
7. Горошко Е. И. Языковое сознание: гендерная парадигма // Методология современной психолингвистики: сб. науч. тр. – М.; Барнаул: Изд-во Алт. ун-та, 2003. – С. 99–102.
8. Кирилина А. В. Гендер: лингвистические аспекты. – М.: Ин-т социологии РАН, 1999. – 189 с.
9. Позовкина К. С. Формальные и семантические показатели экспрессивности разговорной речи // Коммуникативные аспекты языка и культуры: сб. материалов XIV Междунар. науч.-практ. конф. студентов и молодых ученых. Ч. 2. – Томск: Изд-во ТПУ, 2014. – С. 60–69.

Научный руководитель З. И. Резанова, д-р филол. наук, профессор ТГУ

Позовкина К. С., студент

Национальный исследовательский Томский государственный университет

E-mail: Senya.gl@mail.ru

Pozovkina K. S.

COGNITIVE PROCESSING OF VERBAL STIMULUS WITH NEGATIVE CONNOTATION BY MEN AND WOMEN: EXPERIMENTAL STUDY

The purpose of the paper is to test the hypothesis that the processing of expressive verbal stimulus with negative connotation will differ in reaction time depending on gender of a participant. The relevance of the research is determined by its inclusiveness in the domain of gender linguistics and cognitive linguistics, each of which is a perspective and upcoming area of modern science. The hypothesis is tested with the help of the psycholinguistic experiment: the subjects that are organized into groups by gender perform lexical decision task. In the result of the experiment the data was obtained indicating the absence of statistically significant differences between men and women in reaction time on expressive and non – expressive stimuli.

Keywords: *cognitive linguistics, experimental linguistics, language and gender, expressiveness, reaction time, E-prime.*

Pozovkina K. S., student

National Research Tomsk State University

E-mail: Senya.gl@mail.ru

Васильева А. В.

КОГНИТИВНАЯ ОБРАБОТКА ДИМИНУТИВА В ГЕНДЕРНОМ АСПЕКТЕ: ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ

Цель исследования – проверка гипотезы о том, что экспрессивность как языковая категория противопоставляет мужчин и женщин как при порождении речи, так и при восприятии языкового стимула. Актуальность работы объясняется ее включенностью в проблематику гендерной и когнитивной областей лингвистики, каждая из которых является развивающимся перспективным направлением в современной науке. Гипотеза проверяется при помощи психолингвистического эксперимента: испытуемые, организованные в группы по гендерному принципу, выполняют задание на принятие лексического решения. В результате проведения эксперимента были получены данные, свидетельствующие об отсутствии статистически значимых различий у мужчин и женщин в скорости реакции на экспрессивные и неэкспрессивные стимулы.

Ключевые слова: *когнитивная лингвистика, экспериментальная лингвистика, гендерная лингвистика, экспрессивность, время реакции, E-prime.*

Гендерные исследования представляют собой молодое перспективное направление во многих сферах современной науки, в том числе и в лингвистике. Несмотря на сравнительно небольшой промежуток времени, в данной лингвистической области уже успели сформироваться несколько самостоятельных направлений (социолингвистические гендерные исследования, феминистская лингвистика, исследования маскулинности и т. д.), занимающихся широким кругом вопросов.

Однако для всех областей гендерной лингвистики можно выделить две основные группы проблем, которыми они занимаются:

1) отражение гендера в языке – объяснение и описание того, как в значении языковых единиц отражаются гендерные оппозиции;

2) речевое поведение мужчин и женщин – исследование того, каким образом маркируются гендерные противопоставления в коммуникации, как на это влияют социальные факторы и коммуникативная среда.

Одним из наиболее популярных методов исследования гендера в лингвистике наряду с традиционными лингвистическими методами (дистрибутивный анализ, компонентный анализ и др.) являются различного рода эксперименты, которые позволяют наглядно и с большой степенью доказательности подтверждать или опровергать выдвигаемые гипотезы, связанные с проявлением гендера в речи или языке.

Экспериментальные гендерные исследования в лингвистике являются достаточно разнообразными. Они проводятся на материале различных языков – испанский, итальянский, болгарский, английский, русский и т. д. Кроме того, как уже было сказано, гендерная лингвистика включает в себя достаточно широкий круг вопросов, которые и дают почву для проведения различных экспериментов – от простых ассоциативных до исследований с привлечением магнитно-резонансной томографии, окулографии (с использованием программно-аппаратного комплекса eye-tracker, фиксирующего движение глаз) и других аппаратных методов.

Среди исследователей, занимающихся исследованиями гендера в русле когнитивной проблематики, широко используемым средством для проведения психолингвистических экспериментов является компьютерная программа E-Prime, которая фиксирует скорость реакции на предъявляемые испытуемым стимулы, что позволяет судить о тех или иных особенностях когнитивной обработки различных единиц.

В настоящее время на материале русского языка выявлены отдельные факты различия характера когнитивной обработки языковых стимулов мужчинами и женщинами, например, характер обработки гендерно маркированных метафор [1, р. 280–285], в то время как на материале других языков исследуется более широкий круг проблем.

Так, например, многочисленные работы зарубежных ученых посвящены исследованию проблемы соотношения грамматического рода и биологического пола в языке и вопросам о произвольности грамматического рода [2; 3].

Также грамматический род исследовался, в частности, на материале испанского языка при помощи МРТ, когда аппарат фиксировал активность мозга испытуемых при категоризации ими существительных, которые коррелируют по роду, и существительных, у которых показатели рода формально не выражены [4].

Или, например, при помощи окулографии на материале финского языка было исследовано проявление гендерных стереотипов в разговорной речи [5].

Мы полагаем, что одним из параметров, который может влиять на выполнение когнитивных задач, является такая языковая категория, как экспрессивность.

Согласно определению Н. А. Лукьяновой, экспрессивность представляет собой свойство лексической единицы, связанное с ее способностью актуализировать качественно-количественную характеристику реального предмета, выделить особенность данного предмета на фоне одноименных с ним предметов и выразить эмоциональную оценку предмета речи, данную ему от лица говорящего [6, с. 43].

В гендерной лингвистике, в том ее разделе, в котором изучается своеобразие речи мужчин и женщин, в работах таких ученых, как Т. Б. Крючкова, Е. А. Земская, М. М. Китайгородская, Е. И. Горошко, А. В. Кириллина [7–9], было выявлено, что наиболее яркими показателями отличий мужской и женской речи являются именно экспрессивные единицы.

Ранее нами было проведено исследование различий экспрессивности коротких электронных сообщений, принадлежащих мужчинам и женщинам, в которых было выявлено значимое различие в количестве, коммуникативных позициях, а также в составе языковых средств выражения экспрессивности [10]. В частности, одно из языковых средств, которые в большей мере противопоставляют мужчин и женщин по степени экспрессивности, – это диминутивы, отличающиеся широким спектром выполняемых речевых функций [11, с. 194–231; 12]. В большинстве случаев данные единицы представляют синкретизм семантики, когда на объективную уменьшительность накладывается ласкательность. То есть, например, *солнышко* – это характеристика не размера, а ласковое обращение. Однако стоит сказать о том, что в данном случае слова с диминутивными суффиксами как экспрессивные единицы оказываются «неполноценными», т. к. в ядре у них находится только компонент эмоциональности, а образность и интенсивность либо отходят на второй план, либо отсутствуют совсем.

Вышеуказанные наблюдения послужили основанием для формулирования общей гипотезы о том, что различие в активности использования в речи может отразиться и в различии восприятия данных единиц мужчинами и женщинами, т. е. в характере когнитивной обработки диминутивной лексики. Данная общая гипотеза была конкретизирована до более частной, явившейся основой построения экспериментального исследования.

Гипотеза. При решении задачи lexical decision (лексическое решение) когнитивная обработка диминутивов, как одного из наиболее часто используемых средств экспрессивности, может быть различной у мужчин и женщин при выполнении разного рода задач вследствие того, что мужчины и женщины используют в речи данные единицы с разной степенью частотности. Различие когнитивной обработки диминутивов может проявиться в различии времени реакции испытуемых при выполнении лексического решения.

Эксперимент

Данная гипотеза проверялась с использованием *эксперимента*, проведенного с помощью программы E-Prime 2.0 (Copyright 1996-2012 Psychology Software Tools).

Испытуемые

В эксперименте приняли участие 44 человека (22 мужчины и 22 женщины) в возрасте от 17 до 23 лет, студенты томских вузов.

Материал

В качестве стимулов при помощи инверсионного словаря А. А. Зализняка были выбраны единицы с различными диминутивными суффиксами. Для дальнейшего отбора стимулов нами были проведены претесты, в процессе проведения которых участникам предлагалось при помощи методики шкалирования оценить предложенные лексические единицы по двум параметрам:

- степень экспрессивности стимулов;
- степень субъективной частотности стимулов.

Данная методика представляет собой присваивание лексическим единицам числовой характеристики в диапазоне от 1 до 7, где 1 характеризует слово с наименьшей экспрессивностью или наименьшей частотностью, а 7, соответственно, имеет значение наибольшего проявления признака.

Проведение претестов позволило выбрать стимулы, не имеющие статистически значимых различий по субъективной частотности, а также сформировать группы стимулов, объединенных по степени экспрессивности.

Так как проверялось время обработки стимула, нами был проконтролирован и такой фактор, как длина слова, который также мог оказать влияние на скорость реакции.

Для полного контроля полученные стимулы были проанализированы с помощью программы SPSS STATISTICS, где статистическим методом (с помощью Т-теста) были подтверждены их противопоставленность по экспрессивному признаку и объединенность по частоте и длине слов.

Таким образом, мы получили стимулы, которые принадлежали к одной части речи (существительные), характеризовались одним типом экспрессивности и одним способом ее выражения.

Дизайн. Стимулы были сгруппированы по противопоставленным признакам: степень экспрессивности слова – экспрессивное vs. неэкспрессивное (*маслице* vs. *солонка*; *папенька* vs. *мачеха*). Кроме того, т. к. задание эксперимента предполагало лексический выбор, нами была введена контролирующая группа слов, которую составляли единицы, не являющиеся словами (*стряляк*, *ступольце*). Количество стимулов составило 100: 25 экспрессивных слов, 25 неэкспрессивных и 50 неслов.

Вторая переменная была обусловлена выдвинутой гипотезой, т. е. за независимую переменную был принят и пол испытуемого, соответственно мужской или женский.

Таким образом, соотношение факторов, действие которых проверялось относительно зависимой переменной (время реакции), – 2х2:

- стимулы – экспрессивные vs. неэкспрессивные,
- пол – мужской vs. женский.

Таблица 1. Типы стимулов

	Характер экспрессивности	Слова	Неслова
Пары стимулов	Экспрессивные	СЧАСТЬИЦЕ ДАМОЧКА	РЕМЕНОЧКА РУБОНЬКА
	Неэкспрессивные	КВАРТИРА СОЛОНКА	ШАНДАКАР СКАЖИВНА

Процедура. Отобранные стимулы были введены в задачу lexicaldecision. Процедура включала тренировку и основной эксперимент. Испытуемым предлагалось определить, к какой группе принадлежит единица, появляющаяся на экране, – слово vs. не слово, т. е. выбрать между словом реальным и вымышленным. Выбор ответа маркировался нажатием клавиш 1 – «слово» и 2 – «не слово». Стимулы предъявлялись рандомизированно, т. е. в случайном порядке. Время предъявления стимулов – 3000 мс., перед началом нового трайла появлялся пустой экран ITI – 250 мс.), время предъявления фиксационного креста – 250 мс.

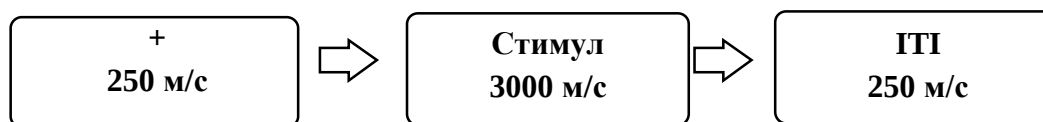


Рис. 1. Процедура эксперимента

Результаты и обсуждение

Результаты проведенного эксперимента анализировались с использованием пакетов IPM SPSS STATISTICA и STATISTICA 21. Однофакторный анализ ANOVA показал наличие различий, однако они оказались статически незначимыми.

Сравнение данных по показателю времени реакции выявило наличие маргинальной значимости по фактору пола испытуемых. В независимости от типа стимула мужчины реагируют медленнее, чем женщины.

Данное наблюдение подтвердило общую гипотезу о более быстрой реакции женщин при выполнении такого рода задач (рис. 2).

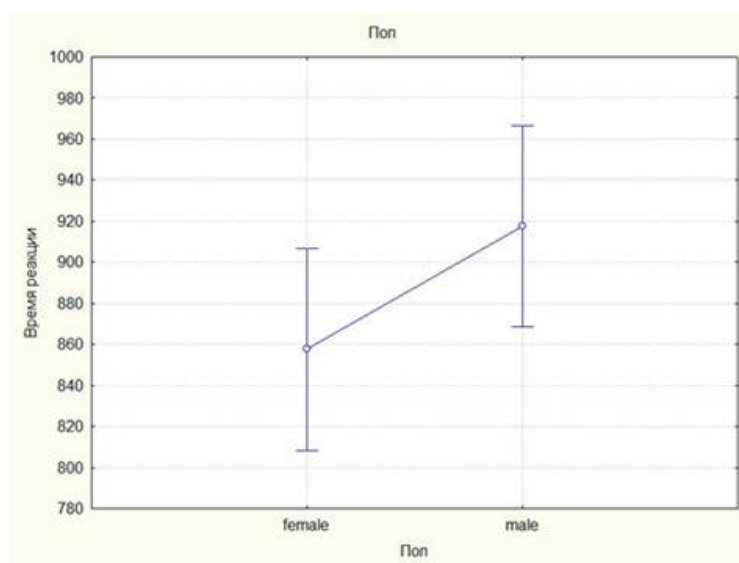


Рис. 2. График зависимости времени реакции от пола испытуемого

Что касается скорости реакции на экспрессивные и неэкспрессивные слова, то она оказалась практически незначимой в нашем случае. Сравнение данных по показателю времени реакции не выявило наличия значимого эффекта. Вероятно, что в данном конкретном случае роль сыграл характер экспрессивности, который имеют слова с диминутивными суффиксами, и которая является более слабо выраженной по сравнению с другими экспрессивными единицами.

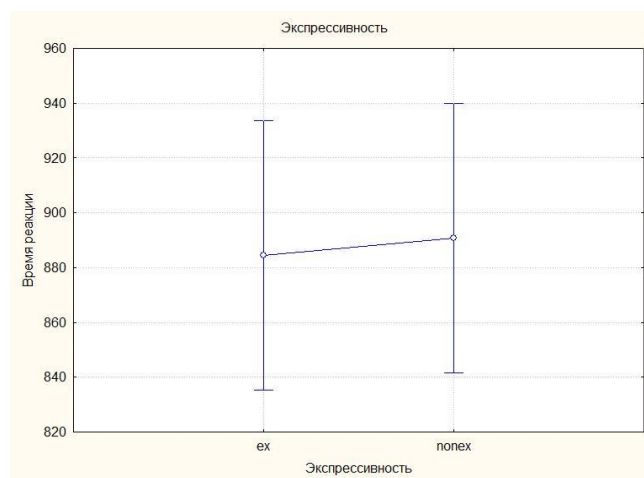


Рис. 3. График зависимости времени реакции от типа стимула

Как уже было отмечено, в случае взаимодействия эффектов экспрессивности и пола испытуемых статически значимых различий выявлено не было. Однако стоит отметить, что, по данным графика, тенденция к различиям все-таки существует (рис. 3). И, по-нашему мнению, данная тенденция может превратиться в статистически значимую при использовании стимулов с разной степенью экспрессивности.

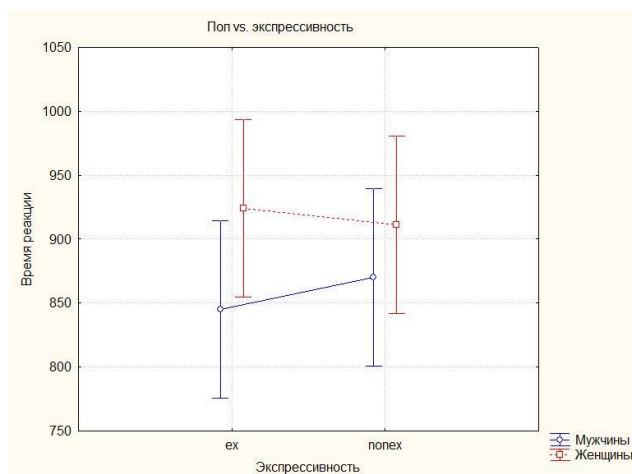


Рис. 4. График взаимодействия эффектов

Обобщая вышесказанное, отметим, что:

- женщины быстрее реагируют на языковые стимулы, чем мужчины;
- скорость реакции у мужчин и женщин на экспрессивные и неэкспрессивные слова не имеет статистически значимых различий. Однако существует тенденция к различию в скорости реакции при взаимодействии факторов пола и экспрессивности.

Таким образом, в заключении можно сделать вывод о том, что несмотря на то, что выдвинутая гипотеза не подтвердилась в полной мере, выявилась тенденция, для подтверждения которой необходимо проведение дополнительных исследований.

Список использованных источников

1. Rezanova Z. I., Nekrasova E. D., Shilyaev K. S. Gender-marked metaphors: influence of grammatical gender and animateness on referential choice of metaphorical name of the person in the Russian language // *Procedia – Social and Behavioral Sciences* (The XXV annual international academic conference, Language and culture, 20-22 October 2014). – P. 280–285.
2. Bates E., Devescovi A., Hernandez A., Pizzamiglio L. Gender priming in Italian // *Perception & Psychophysics*. – 1996. – № 58 (7). – P. 992–1004.
3. Janyan A., Vergilova Y. Biological Sex Context Influences Grammatical Gender Categorization of Objects // *Biological Sex Context Influences Grammatical Gender Categorization of Objects// European Perspectives on Cognitive Science*. – Sofia: New Bulgarian University Press, 2011.
4. Hernandez A. E., Kotz S. A. & Hofmann J. The neural correlates of grammatical gender decisions in Spanish // *Neuroreport*. – 2004. – Vol. 15 (5). – P. 863–866.
5. Pykkönen P., Hyönä Ju. and Roger P. G. van. Gompel activating gender stereotypes during online spoken language processing. Evidence from visual world eye tracking // *Experimental Psychology*. – 2010. – Vol. 57(2). – P. 126–133.
6. Лукьянова Н. А. Экспрессивная лексика разговорного употребления: проблемы семантики: монография. – Новосибирск: Наука, Сиб. отд-ние, 1986. – 230 с.
7. Горошко Е. И. Электронная коммуникация (гендерный анализ) // *Общение, языковое сознание и межкультурная коммуникация*. – М.: Институт языкознания РАН, 2005. URL: <http://www.textology.ru/article.aspx?aId=86>.
8. Горошко Е. И. Языковое сознание: гендерная парадигма // *Методология современной психолингвистики: сб. науч. тр.* – М.; Барнаул: Изд-во Алт. ун-та, 2003. – С. 99–102.
9. Кирилина А. В. Гендер: лингвистические аспекты. – М.: Ин-т социологии РАН, 1999. – 189 с.
10. Васильева А. В. Коммуникативно-прагматические аспекты проявления экспрессивности в мужских и женских коротких электронных сообщениях // *Вестник науки Сибири*. – 2014. – № 4(14). – С. 190–195.
11. Резанова З. И. Именная деинициальная деривация в механизмах выражения оценки // *Картины русского мира: Аксиология в языке и тексте*. – Томск: Изд-во Том. ун-та, 2005. – С. 194–231.
12. Резанова З. И. Функциональный аспект словообразования: Русское производное имя. – Томск, Изд-во ТГУ, 1996. – 218 с.

Научный руководитель З. И. Резанова, д-р филол. наук, профессор ТГУ

Васильева А. В., студент

Национальный исследовательский Томский государственный университет

E-mail: alvasileva@mail.ru

COGNITIVE PROCESSING OF DIMINUTIVE IN GENDER ASPECT: EXPERIMENTAL STUDY

The purpose of the paper is to test the hypothesis that the expressiveness as a language category contrasts men and women equally in speech production and perception of language stimuli. The relevance of the research is determined by its inclusiveness in the domain of gender linguistics and cognitive linguistics, each of which is a perspective and upcoming area of modern science. The hypothesis is tested with the help of the psycholinguistic experiment: the subjects that are organized into groups by gender perform lexical decision task. In the result of the experiment the data was obtained indicating the absence of statistically significant differences between men and women in reaction time on expressive and non – expressive stimuli.

Keywords: *cognitive linguistics, experimental linguistics, language and gender, expressiveness, reaction time, E-prime.*

Vasilyeva A. V., student
National Research Tomsk State University
E-mail: alvasileva@mail.ru

Хлебникова А. Л.

ЖЕСТКО ГЕНДЕРНО МАРКИРОВАННЫЕ МЕТАФОРЫ В РУССКОМ ЯЗЫКЕ

В статье представлены результаты исследования гендерных метафор в аспекте их моделирующих возможностей. Работа выполнена в рамках когнитивного исследования метафоры, в котором метафора понимается как когнитивный механизм, способ интерпретации действительности на основе аналогического уподобления предметов, явлений. Предметом анализа являются гендерные метафоры – именованья мужчин и женщин, выступающие в качестве средства маркирования «типично женских» и «типично мужских» качеств на основе уподобления явлениям разных понятийных рядов. Характеризуется один подтип гендерных метафор – жестко гендерно маркированные метафоры, т. е. такие, в которых противопоставление сферы-мишени «мужчина» и сферы-мишени «женщина» соотносится с разными типами сфер-источников моделирования. В качестве основных источников материала исследования метафор привлекаются данные толковых словарей русского языка. В результате анализа выявляются аспекты характеристики мужчины и женщины, основания метафорического уподобления и сферы-источники метафорического моделирования, проводится сравнительный анализ образов мужчин и женщин, сформированных в системе гендерных метафор в русской языковой картине мира.

Ключевые слова: *гендерная метафора, жестко гендерно маркированная метафора, гендерный стереотип, картина мира, сфера-мишень, сфера-источник.*

Гендерная проблематика как один из аспектов влияния социальных параметров на язык актуализировалась в русской лингвистике в начале XXI в. Отметим наиболее значительные работы Е. И. Горошко, Е. А. Земской, М. В. Китайгородской, А. В. Кириловой, М. В. Томской, О. В. Рябова [1–6] и др. Гендерная лингвистика изучает отражение гендера как социокультурного феномена в языке и охватывает целый ряд взаимосвязанных задач, которые могут быть объединены в две группы на основе противопоставления основного объекта исследования: язык vs. речь.

К первой группе относится отражение гендера в устной и письменной речи мужчин и женщин, в особенностях речевого поведения. В литературе отмечаются особенности речевого поведения мужчин и женщин, представителей разных этноязыковых культур. Например, Е. А. Земская, М. В. Китайгородская, Н. Н. Розанова выделяют следующие особенности речевого поведения женщин: употребление уменьшительно-ласкательных слов, прилагательных и наречий, эмоционально-оценочных слов с усилением положительной оценки; в то время как мужчины склонны использовать отрицательную оценку, включая стилистически сниженную бранную лексику. Также женская речь, по мнению исследователей, гиперболизированно экспрессивна (использование фраз «жутко обидно», «ужасно красивый» и т. п.). Авторами подчеркивается высокая терминологичность мужской речи, ее намеренное огрубление [4].

В зарубежной лингвистике одной из самых известных стала работа Д. Таннен «Ты меня просто не понимаешь. Женщины и мужчины в диалоге», в которой автор анализирует причину коммуникативных неудач мужчин и женщин и объясняет их особенностями социализации в детском и подростковом возрасте, когда общение преимущественно ведется в однополюсных группах, а также разными требованиями, предъявляемыми обществом к мужчинам и женщинам [6].

Следующая группа задач, решаемых в гендерной лингвистике, – это изучение гендерных смыслов в языке. В рамках данной задачи изучается отражение гендерных смыслов и стереотипов в лексиконе, синтаксисе, грамматике (прежде всего – в категории рода). Цель данного подхода – описать и объяснить то, как проявляется в языке наличие людей разного пола, проанализировать качества и оценки, приписываемые мужчинам и женщинам, и отражение в языковой семантике гендерных стереотипов – представлений о типично мужском и типично женском. Отмечено, что гендерные стереотипы особенно ярко высвечиваются во фразеологизмах, имеющих метафорическую внутреннюю форму, например, *волос длинный, ум короткий*;

курица не птица, женщина не человек; в лексических метафорах (*мужской ум*; *баба* 'о слабом, неуверенном человеке') [7; 8]. В исследованиях отмечается важность изучения интерпретаций гендерных оппозиций в системах метафорических номинаций. В данном случае гендерная проблематика пересекается с проблематикой метафорического миромоделирования, с проблемой выявления метафорического фрагмента языковой картины мира. В контексте этого научного направления метафора понимается как когнитивный механизм, механизм интерпретации действительности, являющийся высокопродуктивным средством создания языковой картины мира (Дж. Лакофф, М. Джонсон, Н. Д. Арутюнова, А. Н. Баранов, В. И. Карасик, Ю. Н. Караулов, Н. А. Мишанкина, З. И. Резанова, В. Н. Телия, А. П. Чудинов и др.). На пересечении гендерной проблематики, теории метафоры и теории языкового миромоделирования сформировалась проблема метафорического отражения оппозиции мужского и женского в языковой картине мира [9–14]. В настоящее время установлено, что в сфере интерпретирующего действия метафоры включаются практически все концептуальные сферы (природа, предметный мир, мир движений, эмоций и т. д.), как в качестве сферы-мишени метафорического моделирования, так и в качестве сферы-источника. Концептуальная сфера «человек» при этом может быть охарактеризована как сфера наибольшей активности.

Под гендерными метафорами понимаются не только переносы физических и духовных качеств, характерных для мужчины и женщины, на понятия, не связанные с полом, но и «метафорические именовании мужчин и женщин, выступающие в качестве средства маркирования “типично женских” и “типично мужских” качеств на основе уподобления явлениям разных понятийных рядов» [9, с. 48].

В работах З. И. Резановой сформулировано определение гендерных метафор (гендерно маркированных метафор), выделены их типы (жестко и нежестко гендерно маркированные) и проанализированы источниковедческие возможности толковых словарей и Национального корпуса русского языка при изучении данного типа метафорических номинаций в аспекте их миромоделирующих возможностей [9].

Вслед за З. И. Резановой, мы придерживаемся следующего определения: гендерно немаркированными метафорами называют метафоры, сферой-мишенью которых является человек вообще, без разделения на мужчину и женщину. Например, *лопух* 'о простоватом, несообразительном человеке'. В свою очередь, сферой-мишенью гендерно маркированных метафор является лицо определенного пола, мужчина или женщина: *сирена* 'красивая, обольстительная, но бездушная женщина', *баба* 'о слабом, нерешительном мужчине, мальчике'. В группе гендерно маркированных метафор наблюдается два вида актуализации гендерной асимметрии – жесткое и нежесткое маркирование гендерной семантики в значении. В нежестко гендерно маркированных метафорах сфера-источник может сочетаться с разными сферами-мишенями (мужчина, женщина, человек), при этом основание уподобления может меняться [9]. К таким метафорам можно отнести метафору *обезьяна*. Как показывают контексты Национального корпуса русского языка, сферой-мишенью данной метафоры может выступать женщина, при этом актуализируется смысл «злая»: *Девочки, от которых она ждала дружбы, оказались злыми обезьянами: они скакали вокруг нее, дергали за косы, тыкали пальцами и обидно смеялись* (Л. Улицкая). Когда сфера-источник «обезьяна» вступает в метафорические отношения со сферой-мишенью «мужчина», актуализируется смысл «недоразвитый», например: *А тебе одному неясно! Обезьяна прямоходящая! Рубин наклонялся на Нержина, корпусом на него наседали и тряс растопыренными пятернями* (А. Солженицын) [15].

О. В. Комиссаровой в ряде статей и в диссертационном исследовании на корпусных данных сделаны выводы о том, что гендерный фрагмент русской языковой картины мира формируется посредством актуализации метафор, репрезентирующих разные аспекты и типы признаков при характеристике мужчин и женщин. Так, при метафорическом моделировании образа женщины, согласно О. В. Комиссаровой, доминируют признаки внешнего вида (телосложение, осанка, цвет кожи, волос), при этом значимым аспектом становится эстетическая оценка «красивая/некрасивая» (49 % от общего числа метафорических именовании женщины), в то время как умственные способности и особенности характера и поведения метафорически характеризуются в 5 % и 9 % метафор соответственно. При метафорическом моделировании образа мужчины эстетическая оценка «красивый/некрасивый» актуализируется единичными метафорами. 27 % метафор от общего числа именовании мужчин, описывая признаки внешнего вида, преимущественно характеризуют телосложение мужчины. В фокусе метафорического моделирования образа мужчины находятся интеллектуальные способности, характер, особенности поведения и социально-значимые отношения, что составляет 51 % от общего числа метафорических именовании мужчин [10–14].

Как представляется, необходимо более подробное исследование каждого типа метафор с привлечением всех типов лингвистических источников.

Объектом нашего исследования выступают жестко гендерно маркированные метафоры – метафоры, в которых сфера-мишень «мужчина» и сфера-мишень «женщина» закреплены за определенными сферами-источниками, зафиксированные в толковых словарях русского языка, например, *сокол* 'юноша, мужчина, отличающиеся красотой, смелостью, удалью', *гусыня* 'о нерасторопной, глупой женщине' (данные сферы-мишени получают различную характеристику). В качестве основных источников материала привлекаются данные словарей русского языка [16–20].

В отличие от работы О. В. Комиссаровой, наше исследование проведено только с привлечением данных толковых словарей русского языка [16–20]. Толковые словари – важные источники информации о гендерной асимметрии в репрезентации какого-либо признака как типично мужского или женского, т. к.

наличие маркеров «о мужчине, юноше», «о женщине, девушке, девочке» в словарном толковании свидетельствует о том, что ограничение сферы референции метафорической номинации по гендерному признаку является устойчивым, воспроизводимым, следовательно, данная метафора относится к группе жестко гендерно маркированных метафор [9].

Задача исследования – выделить состав жестко гендерно маркированных метафорических оппозиций и также установить, есть ли различия метафорических характеристик мужчин и женщин (основания уподобления, состав признаков), и таким образом охарактеризовать состав данных метафор как репрезентантов гендерного фрагмента русской языковой картины мира.

Методом сплошной выборки из названных толковых словарей было извлечено 490 гендерных метафор. Далее был проведен анализ словарных толкований и определена сфера денотативной отнесенности метафоры. Мы противопоставляем номинации

с *широкой денотативной отнесенностью* – «человек вообще», например, *кикимора* ‘о человеке, имеющем смешной, нелепый вид’ и

с *узкой денотативной отнесенностью, дифференцированной по гендерному признаку: мужчина, женщина*, например, *монах* ‘о мужчине, ведущем уединенный, аскетичный образ жизни’, *финтифлюшка* ‘о пустой, легкомысленной женщине, думающей только о нарядах, развлечениях и т. п.’ [16–20].

Как показал анализ, в составе метафорических именовании преобладают гендерно немаркированные метафоры (397), что составляет 81 % от общего состава метафор. Данный факт доказывает, что гендерный аспект не является базовым при описании человека, доминирует внегендерная оценка.

Группа жестко гендерно маркированных метафор насчитывает 88 метафор, что составляет 18 % от общего состава метафор. При этом количество метафор со сферой-мишенью «женщина» значительно превышает метафорические именовании со сферой-мишенью «мужчина»: 72 и 16 метафор, что составляет 82 % и 18 % от состава жестко гендерно маркированных метафор, соответственно.

Для того чтобы определить, какие аспекты находятся в фокусе метафорического моделирования в системе именовании мужчин и женщин, и на этой основе выявить гендерный фрагмент русской языковой картины мира, мы проанализировали системы метафорических номинаций в аспекте оснований метафорического уподобления.

В результате были выделены группы жестко гендерно маркированных метафор на основе общности качеств, которые они образно интерпретируют, например, внешний вид (*херувим* ‘красивый юноша или ребенок’, *газель* ‘стройная, грациозная девушка’), характер и поведение (*казанова* ‘соблазнитель’, *донжуан* ‘искатель приключений’, *бесовка* ‘о злой, вздорной женщине’), интеллектуальные способности мужчины и женщины (*недоросль* ‘глуповатый, малоразвитый юноша’, *клуша* ‘тупая, неповоротливая женщина’) [16–20].

При этом данные признаки выявляются как при моделировании образа женщины, так и мужчины, но они отличаются количественно и качественно (набором признаков, характеризующих внешний вид, – телосложение, рост, осанку, внешнюю привлекательность). Рассмотрим полученные результаты подробнее.

Метафоры характеризуют женщину и мужчину, прежде всего, по внешнему виду – 32 и 10 метафор от общего количества метафорических номинаций, соответственно. При этом в фокусе метафорического моделирования внешнего вида женщины находятся такие признаки, как:

– «красивая/некрасивая» (8/6 метафор), например *роза* ‘миловидная, цветущая девушка, женщина’, *кикимора* ‘об **уродливой** или некрасиво одетой женщине’;

– комплекция – «худая, стройная» (4 метафоры): *выдра* ‘об очень худой женщине’, *былинка* ‘молодая, **стройная** женщина, девушка’; «полная, крупная» (8 метафор): *слониха* ‘крупная, неуклюжая женщина’, *пышка* ‘о толстом пухлом ребенке или женщине’, *матрешка* ‘полная, румяная, круглолицая девочка, девушка, напоминающая такую куклу’; «нескладная» (1 метафора): *кобыла* ‘о рослой, **нескладной** женщине’;

– рост (2 метафоры): *кобыла* ‘о рослой, **нескладной** женщине’, *кубышка* ‘о полном, **малорослом** человеке, **чаще женщине**’;

– походка и осанка (2 метафоры): *газель* ‘стройная, грациозная девушка’ и *пава* ‘женщина с горделивой, величавой осанкой и плавной походкой’;

– сексуальность (1 метафора): *бревно* ‘о сексуально непривлекательной женщине’.

Что касается внешности мужчины, его образ моделируется в аспекте внешней привлекательности только с признаком «красивый» (2 метафоры): *херувим* ‘красивый юноша или ребенок’, *сокол* ‘юноша, мужчина, отличающиеся **красотой**, смелостью, удалью’, также описывается рост – «высокий» (1 метафора): *жеребец* ‘молодой, обычно **рослый**, сильный мужчина’, телосложение – «крупный» (1 метафора): *кабан* ‘о грузном, толстом мужчине’, актуализируется признак «сильный» (2 метафоры), например, *геркулес* ‘символ мужчины, обладающего необыкновенной физической силой и атлетическим сложением’, сексуальность мужчины (4 метафоры), например, *жеребец* ‘о мужчине, до неприличия откровенно проявляющем свои физиологические наклонности’, *кот* ‘о похотливом, сластолюбивом мужчине’.

Вторым признаком, актуализируемым в системе метафорических номинаций, является характер и поведение женщины и мужчины – 30 и 2 метафоры соответственно. При этом образ женщины формируется в следующих аспектах:

– «злая» (8 метафор): *баба-яга* ‘нехорошая, **злая** или некрасивая женщина’, *ведьма* ‘о злой, сварливой женщине’, *фурия* ‘о разъяренной, злобной, сварливой женщине’;

- «бойкая, непоседливая» (4 метафоры): *шилохвостка* 'о пустой, непоседливой, легкомысленной женщине', *козочка* 'бойкая девочка, девушка';
- «медлительная, неуклюжая» (3 метафоры): *клуша* 'медлительная, нерасторопная женщина', *гусыня* 'о нерасторопной, глупой женщине';
- «пустая, легкомысленная» (4 метафоры): *вертушка* 'о легкомысленном, непостоянном, ветреном человеке (преимущественно женщине)'; *финтифлюшка* 'о пустой, легкомысленной женщине, думающей только о нарядах, развлечениях и т. п.';
- «грубая, неотесанная» (3 метафоры): *кувалда* 'о неуклюжей, грубой, неотесанной женщине', *мужичка* 'о грубой, невежественной женщине';
- «хитрая» (1 метафора): *штучка* 'хитрая, себе на уме девушка';
- «храбрая» (1 метафора): *львица* 'храбрая, отважная женщина';
- «властная» (2 метафоры): *командириша* 'женщина властная, любящая приказывать', *жандарм* 'об очень строгой, привыкшей всеми командовать, женщине';
- «сплетница» (3 метафоры): *кумушка* 'любительница пересудов, сплетница', *шилохвостка* 'непоседа, сплетница';
- «целомудренная» (1 метафора): *голубица* 'целомудренное, невинное, кроткое существо (обычно о девушке)'.

Характер и поведение мужчины моделируется через следующие признаки: «храбрый, смелый» (*сокол* 'юноша, мужчина, отличающиеся красотой, **смелостью**, удалью'), «нерешительный» (*баба* 'о слабом, нерешительном мужчине, мальчике'). Остальные признаки отсутствуют.

На третьем месте находятся метафоры, характеризующие интеллектуальные способности женщины и мужчины – 5 и 1 метафора соответственно. При этом женщину метафоры описывают в аспекте «глупая» (4 метафоры), например, *тетеха* 'глуповатая, несообразительная, необразованная женщина', *гусыня* 'о нерасторопной, глупой женщине' и «умная» (1 метафора) – *тигрица* 'умная, хитрая женщина, ведущая себя независимо'. В фокусе моделирования образа мужчины находится только один признак – «глупый» (1 метафора) – *недоросль* 'глуповатый, малоразвитый юноша; недоучившийся, неразвитый человек'.

Последним, четвертым, признаком, положенным в основу именования мужчин и женщин, стал возраст мужчины и женщины – 1 и 4 метафоры соответственно. При моделировании образа мужчины выявляется единственный признак «молодой» (1 метафора) – *жеребец* 'молодой, обычно **рослый**, сильный мужчина'. Образ женщины характеризуется в аспекте двух признаков – «молодая» (2 метафоры), например, *ягодка* 'употребляется как ласкательное обращение, обозначение хорошенькой девочки, молодой и привлекательной женщины', и «пожилая» (2 метафоры) – *матрона* 'почтенная, немолодая женщина'.

Необходимо отметить, что для выражения отношения к женщине также используются собственно оценочные метафоры, актуализирующие общее положительное отношение к женщине на основании широкого спектра признаков, явно не дифференцируемых (7 метафор). Это такие метафоры, как, например, *принцесса* 'употребляется как эпитет по отношению к девушке, женщине (обычно с оттенком любви, нежности)', *ягодка* 'употребляется как ласкательное обращение, обозначение хорошенькой девочки, молодой и привлекательной женщины'. Женщину ласково называют *голубка*, *голубушка*, *лебедка*, *птаха*, *касатка*, мужчину – *голубь*.

Как показал анализ жестко гендерно маркированных метафор, образ женщины в языковой картине мира смоделирован более подробно и разноаспектно, чем образ мужчины. Так, например, поведение женщины метафорически характеризуется целым набором признаков. Согласно данным толковых словарей, в фокусе метафорического моделирования образа мужчины и женщины находится описание внешности, но образ женщины представлен более целостно. Если при моделировании внешнего вида женщины доминирует признак «красивая/некрасивая», то в фокусе метафорического моделирования образа мужчины находится сексуальность.

Для дополнения данных выводов будут проводиться дальнейшие исследования гендерных метафор на материале корпуса русского языка, а также сравнительный анализ гендерных метафор русского и английского языков с целью выявить общие черты и различия языковых картин мира двух культур.

Список использованных источников

1. Кирилина А. В. Гендер: лингвистические аспекты: монография. – М., 1999. – 155 с.
2. Кирилина А. В., Томская М. В. Лингвистические гендерные исследования // Отечественные записки. – № 2 (23). – М., 2005. – С. 112–132.
3. Горошко Е. И. Гендерная проблематика в языкознании // Введение в гендерные исследования: В 2 ч.: Учеб. пособие / Под. ред. И. Жеребкиной. – Ч. 1. – Харьков: ХЦГИ; СПб.: Алтейя, 2001. – С. 508–542.
4. Земская Е. А., Китайгородская М. А., Розанова Н. Н. Особенности мужской и женской речи // Русский язык и его функционирование. – М.: Наука, 1993. – С. 90–136.
5. Рябов О. В. Матушка-Русь: Опыт гендерного анализа поисков национальной идентичности России в отечественной и западной историографии. – М.: Ладомир, 2001. – 202 с.
6. Гендер и язык / Московский гос. лингвистический ун-т; Лаборатория гендерных исследований. – М.: Языки славянской культуры, 2005. – 624 с.
7. Складневская Г. Н. Метафора в системе языка. – СПб.: Наука, 1993. – 152 с.

8. Телия В. Н. Метафоризация и ее роль в создании языковой картины мира // Роль человеческого фактора в языке. Язык и картина мира. – М.: Наука, 1988. – С. 178–204.
9. Резанова З. И. Гендерная метафора: типология, лексикографическая интерпретация, контекстная репрезентация // Вестник Томского государственного университета. Филология. – 2011. – № 2 (14). – С. 47–57.
10. Резанова З. И., Комиссарова О. В. Метафора в моделировании гендерных оппозиций: методика анализа, типология // Язык и культура. – № 2 (18). – Томск: Изд-во ТГУ, 2012. – С. 80–90.
11. Резанова З. И., Комиссарова О. В. Метафора в моделировании гендерных оппозиций: фрагмент русской языковой картины мира // Сибирский филологический журнал. – 2012. – № 2. – С. 184–192.
12. Комиссарова О. В. Гендерно маркированные метафоры в русском языке // Коммуникативные аспекты языка и культуры: сб. мат-лов IX Междунар. науч.-практ. конф. студентов и молодых ученых. Ч. 2. – Томск: Изд-во ТПУ, 2009. – С. 169–177.
13. Комиссарова О. В. Фразеологический фонд русского языка: способы маркирования гендерных оппозиций // Язык и культура. – № 2 (10). – Томск: Изд-во ТГУ, 2010. – С. 22–27.
14. Комиссарова О. В. Метафорическое моделирование гендерной оппозиции в русском языке: дис. ... канд. филол. наук. – Томск, 2012. – 219 с.
15. Национальный корпус русского языка. [Электронный ресурс]. URL: www.ruscorpora.ru (дата обращения: 12.05.2015).
16. Словарь русского языка: в 4 т. / под ред. А. П. Евгеньевой. 2-е изд., испр. и доп. М.: Рус. яз., 1981. Т. 1–4.
17. Толковый словарь русского языка / под ред. Д. Н. Ушакова. – М.: ОГИЗ, 1935–1940.
18. Ефремова Т. Ф. Современный толковый словарь русского языка: В 3 т. – М.: АСТ, Астрель, Харвест, 2006.
19. Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка. – М., 1992. – 928 с.
20. Словари и энциклопедии на Академике. [Электронный ресурс]. URL: <http://dic.academic.ru/> (дата обращения: 15.04.2015).

Научный руководитель З. И. Резанова, д-р филол. наук, профессор ТПУ

Хлебникова А. Л., аспирант, преподаватель

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

E-mail: anastasia22@ngs.ru

Khlebnikova A. L.

STRICTLY GENDER MARKED METAPHORS IN THE RUSSIAN LANGUAGE

The article presents the results of research on gender metaphors in terms of their modelling capacity. The research is carried out as part of cognitive study of metaphors, in which metaphor is thought of as a cognitive mechanism, a way of interpretation of reality based on analogical comparison. The subject matter of the analysis is gender metaphors – nominations of men and women that serve as means of marking «typically feminine» and «typically masculine» qualities based on comparison between the phenomena of various conceptual categories. The article has to do with the subtype of gender metaphors called strictly gender marked metaphors in which the opposition of target domain «man» and «woman» is related to different types of source domain modelling. As the main sources of data for metaphor study dictionaries of the Russian language are made use of. As a result, aspects of characteristics of men and women are revealed together with the basis of metaphorical comparison and source domains of metaphorical modelling. Comparative analysis of man's and woman's images that were formed in the system of gender metaphors in the Russian world view is conducted.

Keywords: *gender metaphor, strictly gender marked metaphor, gender based stereotype, linguistic world view, target domain, source domain.*

Khlebnikova A. L., graduate student, senior lecturer

National Research Tomsk Polytechnic University

E-mail: anastasia22@ngs.ru

Казарян А. А.

ЛЕКСИКО-ГРАММАТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ТЕХНИЧЕСКОЙ ДОКУМЕНТАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ РУССКОЯЗЫЧНЫХ И АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ТЕХНИЧЕСКИХ ОПИСАНИЙ)

В статье проводится исследование основных лексико-грамматических особенностей технической документации на материале текстов технических описаний в русском и английском языках. Актуальность исследования обусловлена стремительным развитием науки и техники, что ведет к непрерывному изменению современных научно-технических текстов. В ходе анализа лексических особенностей были изучены термины, специальная лексика, сокращения и интернациональная лексика. Среди грамматических категорий были изучены абстрактность изложения (номинализация), настоящее время глагола, страдательный залог и герундий.

Ключевые слова: *техническое описание, техническая документация, лексические особенности, грамматические особенности.*

Лингвистическое исследование научно-технических текстов доказывает, что все они относятся к определенному научно-техническому подстилю речи, обладающему характерными особенностями. К данным особенностям можно отнести информативность, содержательность, логичность изложения, точность и объективность.

Научно-технический прогресс, а также множество изменений, происходящих практически во всех сферах человеческой деятельности, оказывают существенное влияние не только на содержание современных научно-технических текстов на русском и английском языках, но также на их структурно-грамматические и лексические особенности. Таким образом, актуальность данной работы обусловлена стремительным развитием науки и техники в последние годы и, как следствие, непрерывным изменением научно-технических текстов, которые нуждаются в тщательном исследовании.

Целью данного исследования является выявление основных лексико-грамматических особенностей технической документации в русском и английском языках на примере текстов технических описаний.

Объектом исследования выступают тексты технических описаний на русском и английском языках, предметом – лексико-грамматические особенности научно-технических текстов.

Научно-технический подстиль предназначен для текстов прикладного характера. Тексты данного подстиля использует тот, кто принимает технические решения, связанные с приборами, станками, механизмами, устройствами в процессе их монтажа, эксплуатации или обслуживания. Основная отличительная черта научно-технического текста – ориентированность на специалиста в данной отрасли знаний [1].

В данном исследовании будут изучены тексты научно-технического подстиля. Техническая документация, как правило, характеризуется лаконичностью, краткостью, отсутствием развернутых объяснений. В данную документацию входят следующие основные виды документов:

- 1) собственно техническая документация: паспорта, формуляры, инструкции по эксплуатации и ремонту, технические описания;
- 2) товаросопроводительная документация;
- 3) проектная документация;
- 4) материалы рекламного и полуреclamного характера [2].

Техническое описание – это описание образца, которое составляется как дополнение к стандарту вида общих технических условий или общих технических требований и используется совместно с этим стандартом в качестве нормативно-технического документа на конкретную продукцию.

Состав технического описания четко определен, а наличие большого количества приложений (рисунки, схемы, таблицы) является его отличительной чертой [3].

В данном исследовании для выявления лексико-грамматических особенностей документных технических текстов было проанализировано 6 технических описаний аппаратных интерфейсов, беспроводных модулей и программных обеспечений объемом от 30 до 60 страниц на русском и английском языках. В ходе анализа лексических особенностей были изучены термины, специальная лексика, сокращения и интернациональная лексика. Среди грамматических категорий были изучены абстрактность изложения (номинализация), настоящее время глагола, страдательный залог и герундий.

Лексика – наиболее специфический уровень языка науки и техники. Лексической особенностью текстов научно-технического подстиля, прежде всего, является насыщенность терминами, что объясняется их принципиальной предназначенностью, точностью, стилистической нейтральностью, а также большой информационной насыщенностью по сравнению с обычными словами [1].

Среди терминов различают общенаучные, общетехнические, отраслевые и узкоспециальные термины.

Общенаучные, как и общетехнические, термины употребляются сразу в нескольких научных или технических отраслях. Отраслевые – это термины, употребляемые в какой-либо определенной области знаний. Узкоспециальные термины характерны для конкретной специальности в какой-либо отрасли.

По строению термины делятся на следующие группы:

- 1) простые термины, состоящие из одного слова (voltage – напряжение, electrolyte – электролит);
- 2) сложные термины, состоящие из двух слов. Данные термины пишутся слитно или через дефис: radioactive – радиоактивный, mass-spectrograph – масс-спектрограф;
- 3) терминологические словосочетания, состоящие из нескольких компонентов (многокомпонентные термины). Например, optical micrometer – оптический микрометр, induction heating – индукционный нагрев.

При анализе текстов было обнаружено большое количество терминов. Для упрощения работы с лексическим материалом путем сплошной выборки был составлен список из 200 терминов на русском и английском языках на основе анализируемых текстов.

В соответствии с приведенной выше классификацией, проанализированные термины в русском и английском языках были разделены на следующие группы: простые термины, сложные термины и терминологические словосочетания. Примеры приведены в таблицах 1 и 2 соответственно.

Таблица 1. Классификация терминов в русском языке

Простые термины	Сложные термины	Терминологические словосочетания
резистор	микропроводник	перепад напряжения
пин	микроконтроллер	двоичный код
диод	хост-контроллер	электрическая схема
динистор	приемо-передатчик	двоичный протокол
стабилизатор	полусинусоидальный	скорость передачи
напряжение	микросхема	коэффициент демпфирования

Таблица 2. Классификация терминов в английском языке

Простые термины	Сложные термины	Терминологические словосочетания
displacement	host-controller	power supply
modulation	shock absorber	secure state
acceleration	multidrop	active transmission
thermistor	semi-sinusoidal	incorporated module
voltage	low-pass	normal shutdown
restart	microcontroller	power fail

Помимо терминов существует также специальная лексика – особые общеупотребительные слова, употребляемые в специальном значении. Значение общеупотребительного слова, проникающего в научно-техническую лексику, специализируется в зависимости от той терминологической системы, в которую это слово пришло. Оно получает точное, определенное значение и приобретает свое новое языковое окружение [2]. В ходе исследования было выявлено, что процент употребления специальной лексики в данных текстах небольшой, однако она является неотъемлемой частью лексики технических описаний, поскольку некоторые наиболее употребляемые лексические единицы относятся именно к специальной лексике. Примеры специальной лексики приведены в таблицах 3 и 4 соответственно.

Таблица 3. Специальная лексика в русском языке

Слово	Общеупотребительное значение	Специальное значение
порт	пристань, морские ворота	разъем входа/выхода
питание	кормление, пища	электроснабжение
сигнал	(условный) знак	закодированная информация
напряжение	усилие, попытка	разность потенциалов электрического поля между двумя точками

Таблица 4. Специальная лексика в английском языке

Слово	Общеупотребительное значение	Специальное значение
shield	щит, защита	экран
performance	представление, исполнение	производительность
circuit	кругооборот, окружность	цепь, контур, схема
ripple	рябь, волнистость	пульсация

Одной из характерных особенностей научно-технических текстов как в русском, так и в английском языках является наличие большого количества сокращений. Причина заключается в том, что употребление терминов и словосочетаний в полном виде не совсем удобно, поэтому очень часто сложные термины сокращаются. Сокращения в письменном виде позволяют уменьшить объем текста. Например, radar – radio detection and ranging – радар, maser – microwave amplification by stimulated Emission of radiation – мазер.

Вслед за А. Я. Коваленко можно выделить общепринятые и исключительные сокращения. Общепринятые сокращения входят в словарный состав языка вместе с полными терминами и терминологическими сочетаниями. Значение общепринятых сокращений дается в словарях, например, g (г.) – грамм, dia – диаметр, k (кг.) – килограмм. Исключительные сокращения употребляются отдельными авторами или издательствами, чтобы избежать повторения длинных названий или для экономии места. Исключительные сокращения объясняются в тексте или в примечаниях [2].

Основываясь на классификации А. Я. Коваленко, сокращения в технических описаниях были разделены на общепринятые и исключительные. В ходе исследования было выявлено, что наиболее часто в данных текстах употребляются общепринятые сокращения, поскольку большинство из них обозначают физические величины, единицы измерения и т. п. В то время как использование большинства

исключительных сокращений встречается практически в единичных количествах по всему тексту. Причем в русских текстах технических описаний было достаточно сложно найти исключительные сокращения именно русскоязычного происхождения. Это связано с тем, что оригиналы данных текстов написаны на английском, и аналогов многих подобных специальных сокращений в русском языке не существует. Примеры сокращений приведены в таблицах 5, 6 и 7, 8 соответственно.

Таблица 5. *Общепринятые сокращения в русском языке*

Сокращение	Расшифровка сокращения
кбит/с	килобит в секунду
дБ	децибел
ПО	программное обеспечение
вкл./выкл.	включение и выключение
В	вольт

Таблица 6. *Исключительные сокращения в русском языке*

Сокращение	Расшифровка сокращения
ВАХ	вольт-амперная характеристика
ЭМС	электромагнитная совместимость
АФЧХ	амплитуднофазочастотная характеристика
ФВЧ	фильтр высоких частот
АПЧ	асинхронный приемник-передатчик

Таблица 7. *Общепринятые сокращения в английском языке*

Сокращение	Расшифровка сокращения
Mbps	megabits per second
SW	software
V	volt
mm	millimeter

Таблица 8. *Исключительные сокращения в английском языке*

Сокращение	Расшифровка сокращения
IMEI	International Mobile Equipment Identifier
NTC	Negative Temperature Coefficient
FDMA	Frequency Division Multiple Access
ESD	Electrostatic Discharge

В научно-технической литературе важное место занимают слова, заимствованные из разных языков, в основном, как правило, из латинского и греческого. Эти слова распространились по всему миру и стали интернациональными.

Интернациональные слова – это лексические единицы, которые имеют структурно-семантическую общность во многих языках: text – текст, radio – радио, doctor – доктор. Структуру одной из моделей словообразования интернациональных слов схематично можно изобразить так: основа (греческая, латинская, английская) + окончание – on (-он). Например, electron – электрон, photon – фотон, micron – микрон и т. п. [2].

В ходе анализа лексического материала текстов технических описаний было найдено большое количество интернациональных лексических единиц. В русском языке было найдено большое количество терминов, заканчивающихся на -ор, -ер: резистор, анализатор, стабилизатор, аттенюатор, транзистор, конденсатор, термистор, генератор, мультиплексор, микроконтроллер, демпфер, контроллер, триггер, адаптер. В английском языке также найдено большое количество терминов на -or, -er. Например, resistor, capacitor, inductor, dynistor, varistor, bipolar transistor, photoconductor, pot resistor, potentiometer, damper, reader, transmitter, host controller, shock absorber, bandpass filter. Немного меньше терминов, заканчивающихся на -on (-он): диапазон, микротрон, антинеитрон, microtron, silicon, stabilatron, betatron.

Таким образом, наибольшее число найденных терминов заканчиваются на -or, -er и -or, -er, поскольку термины, образованные с помощью такой модели, обозначают приборы, названия которых составляют существенную часть всей терминологии научно-технических текстов как в русском, так и в английском языках.

Для выявления грамматических особенностей текстов технических описаний были проанализированы следующие категории: абстрактность изложения, настоящее время глагола, страдательный залог, герундий. Для удобства работы с материалом из каждого текста технических описаний методом сплошной выборки было взято 30 абзацев объемом от трех до восьми предложений на русском и английском языках.

Абстрактность изложения технических документных текстов заключается в номинализации описания процессов и действий. Стремление к указанию на реальные объекты, качественные характеристики предметов и явлений, к оперированию вещами приводит к преобладанию именных структур, к характерной

для научно-технического подстиля номинативности. Номинализируются описания процессов и действий, описание действия передается именем, а сказуемое становится общим обозначением процессуальности.

Подобная «антиглагольная» тенденция проявляется в следующем:

1) преобладание отглагольных существительных. Например, существительное *transmission* образовано от глагола *to transmit*, приемник – от глагола *принимать* или вместо *to clean after the welding* (почистить после сварки) используется *to do post-welding cleaning* (провести чистку после сварки);

2) широкое использование причастий и отглагольных прилагательных с предлогами вместо глаголов. Например, в английском языке – *to be conductive to*, *to be destructive of*, в русском – используемый в модуле процессор, выполняемые в процессоре задачи;

3) замена наречий предложно-именными сочетаниями. Например, вместо слова *accurately* используется *with accuracy*, вместо слова *точно* – с точностью [1].

В результате анализа текстов было найдено большое количество именных конструкций, подтверждающих «антиглагольную» тенденцию текстов технических описаний как в русском, так и в английском языках. Из русских текстов можно привести следующие примеры: «трекинг служит для оптимизации» вместо «трекинг оптимизирует»; «передача программных установок возможна» вместо «возможно передать программные установки». Примеры из текстов в английском языке: использована фраза «*external delay is configurable by command*» вместо фразы «*the command configures external delay*»; «*data transmission speed*» вместо «*speed of transmitted data*».

Другой отличительной особенностью технических текстов считается преобладание настоящего времени глагола. Использование глаголов в настоящем времени дает возможность представить сведения как абсолютно объективные, находящиеся вне времени. В данном исследовании при анализе текстов технических описаний было выявлено большое количество грамматических конструкций с глаголами настоящего времени как в русском, так и в английском языках. Например: «особым параметром, требующим настройки, *является* косвенный признак валидности GPS»; «если устройство *работает* с невысокой частотой снятия данных, трек *получается* плохо читаемым»; «*the interface supports transmission rates up to 6.5Mbit/s*»; «*terminal operates as master-transmitter or as master-receiver*».

Грамматическая категория залога выражает разное направление действия по отношению к носителю действия. Страдательный залог означает, что действие направлено на носителя действия. Например, *regulator will be reset*, система установлена.

Как в русских, так и в английских научно-технических текстах страдательный залог используется очень часто, поскольку в данных текстах чаще всего отображается процесс монтажа, эксплуатации или обслуживания приборов, станков, механизмов, устройств.

При анализе выбранных 30 абзацев на русском и английском языках было обнаружено большое количество конструкций с использованием страдательного залога. Например: «минусовая клемма аккумулятора *подключена* к корпусу»; «данный протокол *ориентирован* на подключение к серверу через GPRS»; «*the interface is based on the standard*»; «*the speech samples are handled by the DSP of the baseband controller*».

После выявления всех конструкций страдательного залога в данных текстовых отрывках можно прийти к выводу, что в английском языке в текстах технических описаний страдательный залог употребляется чаще, чем в русском языке. Вероятно, это связано с тем, что в русском и английском языках системы такой грамматической категории, как залог, очень сильно отличаются друг от друга. В русском языке, как и в английском, существуют действительный и страдательный залогов, однако в русском языке, в отличие от английского, эти две группы залогов не являются единственными. В русском языке существуют прямой и косвенный залогов, в которых действительный и страдательный залогов являются лишь составными частями [4].

Герундий – это неличная форма глагола в английском языке, которая образуется прибавлением окончания *-ing* к инфинитиву. Он одновременно обладает свойствами глагола и существительного. В научно-технических текстах герундий чаще всего выступает в функции сопутствующего обстоятельства, или обстоятельства образа действия. Например, *We can increase the current by reducing the resistance of the circuit* (Можно увеличить силу тока, уменьшая сопротивление) [1]. В русском языке нет формы, соответствующей герундию, в английском языке герундий является важным и неотъемлемым грамматическим компонентом научно-технических текстов. В данных текстах герундий употребляется с относительной частотой. При анализе 15 абзацев из текстов технических описаний объемом от трех до восьми предложений в каждом из них использовался герундий.

Некоторые примеры использования герундия в текстах технических описаний: «*terminal sends a request to the base station for changing the GPRS-Class*» (терминал отправляет запрос в главную базу для смены GPRS класса); «*the level of intrinsic heating depends on several factors depending on the level of the supply voltage*» (уровень внутреннего нагрева зависит от нескольких факторов, зависящих от уровня подачи напряжения).

Было выявлено, что чаще всего герундий выступает в функции сопутствующего обстоятельства, или обстоятельства образа действия. Вероятнее всего, это связано с «антиглагольной» тенденцией научно-технических текстов, а также с абстрактностью их изложения.

Таким образом, основываясь на результатах анализа лексико-грамматических особенностей текстов технических описаний в русском и английском языках, можно прийти к выводу, что современные научно-технические тексты, их лексические и грамматические особенности в этих двух языках очень схожи. Очевидно, это связано с тем, что отечественная наука и техника подвергаются сильному влиянию со стороны иностранных инноваций и технологий. Вследствие развития науки и техники, а также тесного международного сотрудничества не только содержание, но структурно-грамматические и лексические особенности отечественной технической документации претерпевают существенные изменения и приобретают всё большую схожесть с англоязычными научно-техническими текстами.

Список использованных источников

1. Стрельцов А. А. Научно-технические тексты: от понимания к переводу: учебное пособие. – Ростов на/Д.: Феникс, 2012. – 398 с.
2. Коваленко А. Я. Общий курс научно-технического перевода: пособие по переводу с англ. на рус. – Киев: «Фирма «ИНКОС», 2003. – 320 с.
3. Техническая документация на продукцию // Термины и определения из ГОСТов [Электронный ресурс] / разработка технической документации по ГОСТам – Электрон. дан. – Москва: Рос. URL: <http://tdocs.su/9538> (дата обращения 19.04.2014).
4. Храковский В. С. Залог // Лингвистический энциклопедический словарь. – М.: СЭ, 1990. – С. 160–161.

Научный руководитель Ю. В. Никанорова, канд. филол. наук, доцент ТПУ

Казарян А. А., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

E-mail: naza_reborn@mail.ru

Kazaryan A. A.

LEXICAL AND GRAMMATICAL FEATURES OF TECHNICAL DOCUMENTATION IN RUSSIAN AND ENGLISH DATASHEETS

The article deals with the research of the main lexical and grammatical features of technical documentation on example of Russian and English datasheets. The relevance of this research is determined by the rapid development of science and technology, which leads to the continuous change of modern scientific and technical texts. As the title implies the article describes such lexical features as terms, specific vocabulary, abbreviation and international vocabulary. Among the grammatical features of technical documentation abstractness of presentation (nominalization), the present tense, passive voice and gerunds were studied.

Keywords: *datasheet, technical documentation, lexical features, grammatical features.*

Kazaryan A. A., student

National Research Tomsk Polytechnic University

E-mail: naza_reborn@mail.ru

Куксенюк Ю. А.

МЕТАФОРИЧЕСКОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ В ГЕОЛОГИЧЕСКОЙ ТЕРМИНОЛОГИИ

Статья посвящена описанию специфики метафорической концептуализации геологической терминологии в русском и англоязычном научно-техническом дискурсе. В результате проведенного на основе концептуального анализа исследования выявлены лежащие в основе терминологических наименований по геологии основные метафорические модели, создана их классификация, определено общее и различное в их репрезентации в сопоставляемых языках.

Ключевые слова: *концептуальная метафора, метафорическая модель, когнитивная лингвистика, сфера-источник, сфера-мишень.*

Одним из актуальных вопросов современной лингвистики является вопрос о вариативности языковых средств, представленных в различных типах дискурса, в том числе в научном. Одним из наименее изученных проявлений вариативности в научно-техническом тексте является метафора. Геология как коммуникативное пространство (и часть соответствующего институционального дискурса) представлена большой совокупностью текстов разной жанровой принадлежности, лексикализована в огромном количестве словарей разных типов, интерпретирующих геологические понятия на основе картины мира тех языков, которым принадлежит вокабуляр. Последнее, в свою очередь, вызывает расхождение в интерпретации одного и того же термина, вопросы, связанные с его пониманием и переводом. Настоящее исследование направлено на

описание специфики метафорической концептуализации в геологической терминологии русского и английского языков, знание которой позволит избежать проблем межкультурной коммуникации.

При анализе материала в качестве базовой теории был использован когнитивный подход в изучении концептуальных метафор, представленный в работах Дж. Лакоффа и М. Джонсона. Множество интересных исследований способствовало становлению когнитивного подхода к метафоре, но именно в книге Дж. Лакоффа и М. Джонсона «Метафоры, которыми мы живем» [1] была разработана концептуальная теория, которая привнесла системность в описание метафоры как когнитивного механизма и продемонстрировала большой потенциал применения теории на практике.

В центре внимания когнитивной лингвистики – роль образности в картине мира. В качестве одного из основных когнитивных механизмов концептуализации действительности здесь рассматривается метафора, обладающая миромоделирующим потенциалом, который выражается в формировании целостных фрагментов картины мира, представления об объектах действительности, а также участвующая в терминообразовании.

Когнитивный подход предполагает выделение двух компонентов в структуре метафорической модели: понятийной (или концептуальной) области цели переноса (сфера-мишень) и понятийной области источника (сфера-источник), а также основы метафорического сдвига. Понятийная сфера может подразделяться на субсферы (менее крупные тематические объединения метафор). Особое внимание уделяется репрезентациям обеих понятийных областей в языке. В большинстве случаев для метафорических значений слов мотивирующим является исходное прямое значение, но возможно образование переносного метафорического значения от производно-номинативного значения, появившегося вследствие сужения или расширения значения.

В данном исследовании методом сплошной выборки было выделено 78 русских и английских метафорических терминов (однословных и многословных). Источником материала послужили терминологические словари геологии [2; 3], также при классификации мы опираемся на данные Толковых словарей русского и английского языков [4; 5].

В результате анализа выявленных метафор были выделены следующие базовые концептуальные сферы-источники:

1) антропоморфные (внешний облик человека, внутреннее строение, физиологические процессы и ментальные характеристики). Их доля составляет 32 % для английских метафор и 36 % для русских;

2) артефактные (здания – строения, форма и тип строения, части одежды, предметы быта, продукты питания). Их доля составляет 29 % для английских метафор и 32 % для русских;

3) анимационные (внешний облик животного или растения). Их доля составляет 13 % для английских метафор и 20 % для русских.

В качестве примеров приведем некоторые метафорические модели (ММ) русского и английского языков.

ММ «порода, ландшафт – органы, части человеческого тела»

Губа – МЗ (метафоричное значение) «в геоморфологии заливы морей и озер, часто вдающиеся в сушу в обл. устьев рек, вдающихся в моря с приливами»; НЗ (номинативное значение) «каждая из двух кожно-мышечных подвижных складок, образующих края рта».

Бровка – МЗ «перегиб склона, образующий верхний край какой-либо формы; НЗ «дугобразная полоска волос над глазной впадиной».

Facies – ММ (metaphorical meaning): «The characteristics of a rock mass that reflect its depositional environment»; NM (nominative meaning): «the front of the head».

Vein – ММ: «A fracture that has been filled with mineral material»; NM: «a tube that carries blood».

ММ «порода, ландшафт – части, вид одежды»

Двойниковый шов – МЗ «видимый след поверхности срастания двух индивидов двойника»; НЗ «Шов – место соединения сшитых кусков ткани, кожи и т. п.

Железная шляпа – МЗ «верхняя окисленная часть сульфидных»; НЗ «мужской или женский головной убор».

Collar – ММ «a coupling device used to join two lengths of pipe»; NM «the part around the neck of a piece of clothing».

Hard cap – ММ «upper layer of a low-power solid bauxite deposits»; NM «a soft flat hat that has a curved part sticking out at the front».

ММ «ландшафт – посуда»

Банка – МЗ «отдельно расположенная мель, образованная резким местным поднятием дна»; НЗ «стеклянный или металлический сосуд, обычно цилиндрической формы».

Ледниковые котлы – МЗ «углубления в ложе ледника с вертикальными стенками и вогнутым дном»; НЗ «металлический сосуд округлой формы для варки пищи или кипячения воды».

Kettle – ММ «a depression formed in glacial deposits»; NM «a container for boiling water».

Tableland – ММ «an area of elevated land with a nearly level surface»; NM «a piece of furniture with a flat top supported by legs».

ММ «порода, ландшафт – животное, его часть»

Хвост угольного пласта – МЗ «разрушенная в результате выветривания угля часть угольного пласта у выхода его на поверхность»; НЗ «придаток на заднем конце тела животного или суженная задняя часть тела животного».

Бараний лоб – МЗ «в геологии бугор, сложенный плотными пластами, сглаженными и отполированными ледником. Склон его, обращенный в сторону ледника, – пологий, противоположный – обычно крутой»; НЗ «верхняя надглазная часть лица человека или морды животного».

Cat gold – ММ «volcanic mineral comprising iron and sulfur compounds»; NM «a small animal with fur, four legs and a tail that is kept as a pet».

Horse ММ – «any block of rock completely separated from the surrounding rock»; NM – «a large animal with four legs, which people ride or use to pull heavy things».

Таким образом, наибольшее количество выявленных нами метафор в английском и русском геологическом научном дискурсе образуются по образу и подобию человека, артефактов (одежды, постройки / здания) и животного. В большинстве случаев метафорические модели основаны на базе признаков внешнего вида, формы, расположения, размера, состояния. Так, например, в антропоморфных метафорических моделях заимствованы признаки человека со свойственными ему состояниями и процессами развития, с внешними чертами и внутренним строением. Из сферы артефактов заимствованы образы зданий, предметов быта, кухонной утвари и т. п. В сфере-мишени чаще всего интерпретируются различные виды пород, формы ландшафта и рельефа. Проведя сравнительный анализ русских и английских метафор по сфере-источнику, мы делаем вывод о том, что в основе метафорического моделирования лежат схожие когнитивные процессы, концептуальные понятия и представления о мире. Таким образом, метафора, как феномен сознания, проявляется не только в языке, но и в мышлении, и в действии.

Список использованных источников

1. Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем // Теория метафоры: Сборник. – М., 1990. – С. 387–415.
2. Криштофович А. Н. Геологический словарь. – М., 1955. – 851 с.
3. Kurniawan A., Jasmine A. P., Mc. Kenzie J. General Dictionary of Geology. – Environmental Geographic Student Association. – 2009. – 60 p.
4. Толковый англ. словарь Cambridge Dictionaries Online // URL: <http://dictionary.cambridge.org/dictionary/>.
5. Словарь русского языка: в 4-х т. / под ред. А. П. Евгеньевой. – М.: Русский язык. – 1999. – Т. 1-4.

Научный руководитель А. Н. Серебренникова, канд. филол. наук, доцент ТПУ

Кукусенюк Ю. А., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

E-mail: julia.kuksenok@ya.ru

Kuksenok Y. A.

METAPHORICAL MODELLING IN GEOLOGICAL TERMINOLOGY

This article aims at describing the specifics of metaphorical conceptualization in geological terminology in Russian and English scientific and technical discourse. As a result of the conceptual analysis there were revealed the basic metaphorical models, underlying in terminological items of geology, created their classification, defined similarities and differences in their representation in the compared languages.

Keywords: *conceptual metaphor, metaphorical model, cognitive linguistics, source domain, target domain.*

Kuksenok Y. A., student

National Research Tomsk Polytechnic University

E-mail: julia.kuksenok@ya.ru

Булгакова Н. О.

«МАШИНА» В РУССКОЙ И АНГЛИЙСКОЙ КАРТИНАХ МИРА: ОСОБЕННОСТИ СЛОТОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

В статье рассматривается слотовая организация концепта «машина» в рамках научного дискурса на материале англо- и русскоязычных текстов об искусственном интеллекте. Актуальность работы обусловлена интересом теории межкультурной коммуникации и современной лингвистики к процессам кодирования специфических особенностей национального менталитета в единицах языка и их сопоставительному изучению, высокой ценностью сведений, получаемых в ходе создания искусственного разума. В результате проведенного анализа были выявлены базовые слоты, благодаря которым актуализируется концепт «машина».

Ключевые слова: *концепт, слот, наивная картина мира, научная картина мира, метафора.*

На сегодняшний день одним из самых актуальных научных направлений является изучение и разработка системы искусственного интеллекта. Концепт «машина» является одним из базовых концептов в статьях, посвященных исследованиям в данной области, о чем свидетельствует наличие базовых этнокультурных метафор, содержащих лексему «машина» [1, с. 230].

Проведенный фронтальный просмотр статей различной дискурсивной направленности, содержащих лексему «машина», позволил выявить символические признаки, формирующие ассоциативное поле данного концепта в наивной картине мира [2, с. 48]. Результаты анализа показали, что базовым признаком концепта в наивной картине мира служит оппозиция машины и человека.

В научной картине мира концепт «машина» актуализируется благодаря антропоморфной метафоре, репрезентующей способность машины действовать, мыслить и чувствовать подобно человеку [2, с. 50].

Научный дискурс предоставляет возможность рассмотреть метафорическую модель «процесс работы над созданием робота», а также различные ситуации, отражающие этот процесс, представленные четырьмя базовыми слотами – смысловыми узлами, элементарными ситуациями, которые связаны между собой [3, с. 91]. Данный анализ позволит выявить основные смыслы и характеристики, которые включает в себя концепт «машина» в научных и научно-публицистических текстах, актуализированный благодаря лексемам «робот», «агент», «машина», «a robot», «an agent», «AI» и т. д.

Признаки машины, отражающие ее умение частично или в полной мере выполнять «осмысленные» действия, а также логические операции, подобные тем, на которые способен человек, формируют основу слота «успешно проведенный эксперимент в области искусственного интеллекта», который отражает цели и основные задачи науки об искусственном интеллекте.

Метафоры, формирующие данный слот, наглядно демонстрируют достижения исследователями положительных результатов:

1. Человек создал машины, которые **с успехом компенсировали недостаток** его силы, ловкости, подвижности. Они **помогли** ему выжить и обрести могущество [4].
2. Одни машины созданы для того, чтобы **помочь людям** сделать что-то, другие – чтобы вовсе заменить людей, **выполнять за них неприятную работу**. А третьи – делают **то, чего люди никогда не могли делать**, не могли даже себе этого представить, пока не появились машины [4].
3. Спустя два года была продемонстрирована первая действующая машина «Марк-1», которая **могла научиться распознавать** некоторые из букв, написанных на карточках, которые подносили к его «глазам», напоминающим кинокамеры [5].
4. 'Earlier this year, a chatbot called Eugene Goostman "**beat**" a Turing Test for artificial intelligence [6] (Ранее в этом году чатбот по имени Южин Густмэн «**с успехом прошел**» тест Тьюринга для искусственного интеллекта) (*здесь и далее перевод мой – Н. Б.*).
5. In October 2005 several fully autonomous cars **successfully traversed** a hazard-studded 132-mile desert course [7] (В октябре 2005 года несколько полностью автономных автомобилей **с успехом преодолели дистанцию** в 132 мили во время гонки с препятствиями в пустыне).
6. <...> the execution monitor reports the task as having been **successfully completed** [8] (<...> на главном мониторе появляется сообщение о том, что выполнение задания **завершено успешно**).
7. We **achieved good results** by subtracting $\sigma/4$ [8] (Мы **добились положительных результатов**, вычтя $\sigma/4$).

Данные высказывания, в основе которых заложены представления об успешных результатах проведенных испытаний роботов, свидетельствуют о том, что машина представляет собой воплощение помощника, главной целью которого является усовершенствование жизни человека («помогать людям»).

Успех ученых выражен с помощью глаголов, отражающих способность роботов функционировать подобно человеку (с успехом прошел тест, распознавать, помогли), а также благодаря использованию лексем, в которых заложена сема «успех» (с успехом преодолели, положительных результатов). Таким образом, слот «успешно проведенный эксперимент» представляет собой смысловое ядро, базовую ситуацию, в которой актуализируются признаки концепта «машина» в рамках исследований об искусственном интеллекте.

Оппозиционным по смыслу, но не менее значимым в статьях об искусственном разуме является слот «отсутствие ожидаемых результатов в области искусственного интеллекта по итогам проведенных экспериментов», отражающий неудачи исследователей, а именно неспособность роботов выполнять ожидаемые от них действия.

1. Существующие поисковые машины не обладают всеми требуемыми для решения указанных задач качествами <...> В то время как другие машины демонстрируют **ухудшение результатов** при увеличении длины запроса [9].
2. До сих пор ни одной машине **не удалось пройти тест** Тьюринга, хотя такие попытки предпринимаются постоянно [10].
3. <...> трудности возникают, если требуется структурная перестройка; **длительному потреблению такие агенты не подлежат**, так как быстро обесцениваются и являются по сути одноразовыми [11].
4. <...> when the robot tries to get the ball, it **does not always succeed** [12] (<...> роботу, пытающемуся завладеть мячом, **не всегда это удается**).

5. Position control based on odometry and map correlation <...> **fails** to localize the robot if it explores and maps unknown terrain [13] (Позиционный контроль, основанный на одометрии и корреляции карт **не способен определить** местоположение робота, если он попадает на незнакомый участок).

Данные высказывания отображают восприятие машины в научном дискурсе как механизма, который необходимо значительно усовершенствовать, чтобы достичь способности автоматизированной системы функционировать наравне с человеком.

В слоте «*проявление эмоциональности и чувствительности в ходе эксперимента*» «машина» представляет собой смысловое ядро для нескольких аспектов, затрагиваемых в рамках исследований об искусственном интеллекте, основным из которых является функционирование роботов подобно человеку. Машина интересна исследователям и как сложное механическое устройство, и как аналог человеку, потенциально обладающий не только интеллектом, но и эмоциями.

1. Их главное преимущество в том, что они способны выполнять некоторые действия более точно и аккуратно, чем человек, работая на конвейере по 24 часа в сутки, по 7 дней в неделю, **не ошибаясь и не уставая** [4].
2. Не так давно роботов наделили **органами чувств**, например, снабдили камерой для получения элементарной зрительной информации. Они **видят, слышат и улавливают запахи**. Собственно, они **занимаются творчеством** уже сейчас: сочиняют новые мелодии... [4].
3. Этот робот может изображать серию **эмоций** благодаря его **подвижным векам, глазам и губам** [14].
4. If an HMM is used to model the probabilities of a human **face transitioning between different expressions**, and these expressions are linked to emotional states and actions... [8] (Если СММ используется, чтобы воссоздавать возможность человеческого **лица** принимать различные **выражения**, и эти выражения связаны с **эмоциональным состоянием** и действиями...).
5. <...> conditions according to agent's intentions and beliefs which leads to a change in the **emotional state** [8] (<...> условия, зависящие от намерений и убеждений агента, что ведет к изменению **эмоционального состояния**).
6. <...> it (robot) includes the full spectrum of **emotions** which humans have [15] (<...> в нем (роботе) заложена вся палитра **эмоций**, которые свойственны человеку).

Очевидно, что данный аспект, как в русском, так и в английском языках, представлен глаголами и именами существительными, передающими сенсорное и эмоциональное восприятие действительности роботами подобно человеку.

Слот «*уподобление робота человеку*» репрезентирует метафорическое соотнесение человека и «машины», актуализированное в следующих сочетаниях:

1. Символически мыслящий робот имеет рецептивную систему, систему речевого ввода информационных потребностей, систему реализации информационных потребностей, нейросетевую систему **оречевления реализации информационной потребности** [17].
2. Считается, что все агенты получают вознаграждение пропорционально количеству **забитых голов**, независимо от выигрыша или проигрыша команды [17].
3. <...> **поведение робота**, необходимое для решения поставленной задачи, осуществляется на верхнем уровне [14].
4. In order for a robot to perform an apparently simple task <...> the robot needs multiple capabilities, including **object detection, perception of the environment, building of an internal world model, making decisions when planning the task, navigation while avoiding obstacles, execution of planned actions, and recovering from failure** [12] (Чтобы робот мог выполнять предположительно простое задание <...> ему необходимо обладать разнообразными способностями, такими как **определение объекта, восприятие окружающей среды, создание внутренней модели мира, выполнения запланированного задания, управление при обхождении препятствий, восстановление после неудачи**).
5. Let us first consider the problem of an agent **trying to learn a language** in order **to communicate** with some other agent [18] (В начале рассмотрим проблему агента, **пытающегося выучить язык** для **общения** с другим агентом).
6. <...> think what might happen if **the boys of AI** (and it is mostly boys) were asked to design the first **girl robot** [19] (<...> подумайте, что могло бы произойти, если бы **роботам-молодым людям** (а большинство из них – мужского пола) дали задание разработать первого **робота-девушку**).

Сходство машины с человеком и ее способность выполнять его функции выступает в качестве источника метафорического переноса при вербализации концепта «машина». Робот не только способен выполнять различные физические и ментальные действия подобно людям (пытаться учить язык, забивать голы), он выступает носителем болезней человека (аутизм). Более того, в данном слоте явно выражается гендерная принадлежность машины.

Следовательно, в англо- и русскоязычных научных статьях для описания машин-роботов используются модели, основанные на эмоциональном и сенсорном тождестве робота и человека, созданные с помощью приема персонификации. Они отражают восприятие образа машины, сформированного в сфере

исследования искусственного интеллекта, – механизма, способного на чувства и эмоции, подобные человеческим.

Таким образом, амбивалентная оценочность, выявленная при анализе способов реализации концепта «машина» в наивной картине мира носителей русского и английского языков, не только сохраняется, но и усиливается в научной картине мира. В то же время в научном дискурсе концепт «машина» приобретает значительное количество характеристик, свойственных человеку, благодаря чему противопоставление «человек-машина», являющееся смыслообразующим в наивной картине мира, становится менее категоричным в русской и английской научных картинах мира. Парадокс этого явления обуславливается, прежде всего, тематикой научных статей. В центре смысловой организации текстов находится робот – машина, подобная человеку. В научных и научно-публицистических статьях об искусственном разуме тождество машины и человека актуализируется благодаря антропоморфной метафоре.

Список использованных источников

1. Булгакова Н. О., Седельникова О. В. Вербализация концепта «машина» в научных и научно-публицистических текстах об искусственном интеллекте: типы антропоморфной метафоры (на материале английского и русского языков) // Вестник науки Сибири. – 2015. – № 1(15). – С. 230–234.
2. Булгакова Н. О. Специфика репрезентации концепта «машина» в научных и научно-публицистических текстах об искусственном интеллекте // НАУКА. ТЕХНОЛОГИИ. ИННОВАЦИИ: Мат-лы всерос. науч. конф. молодых ученых в 11 ч. – Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2014. – Часть 9, Т. 2.
3. Эмер Ю. А. Современный песенный фольклор: когниции и дискурсы. – Томск: Изд-во Том. ун-та, 2011. – 266 с.
4. Уорвик К. Наступление машин // Наука и жизнь. 2000. № 2. URL: <http://www.nkj.ru/archive/articles/6715/> (дата обращения: 30.05.2014).
5. Гайдайчук Е. В. Проблемы естественного и искусственного интеллекта // Актуальные проблемы гуманитарных наук: сб. науч. тр. студентов, аспирантов и молодых ученых. – Томск: Изд-во ТПУ, 2012. – С. 222–226.
6. Ackerman E. Can Winograd Schemas Replace Turing Test for Defining Human-Level AI? // IEEE Spectrum – a magazine edited by the Institute of Electrical and Electronics Engineers. 29.07.2014. URL: <http://spectrum.ieee.org/automaton/robotics/artificial-intelligence/winograd-schemas-replace-turing-test-for-defining-humanlevel-artificial-intelligence> (date accessed: 24.10.2014).
7. Moravec H. Rise of the Robots -The Future of Artificial Intelligence // Scientific American. 23.03.2009. URL: <http://www.scientificamerican.com/article/rise-of-the-robots/> (date accessed: 24.10.2014).
8. Fox M. Robot introspection through learned hidden Markov models // Artificial Intelligence. – Vol. 170, Issue 2, February 2006. – P. 59–113.
9. Осипов Г. С., Смирнов И. В., Тихомиров И. А. Реляционно-ситуационный метод поиска и анализа текстов и его приложения // Искусственный интеллект и принятие решений. 2008. № 02. URL: http://aidt.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=139 (дата обращения: 30.05.2014).
10. Добрынин С. Программа поиска мысли // Вокруг света. 2012. № 6. URL: <http://www.vokrugsveta.ru/vs/article/7737/> (дата обращения: 30.05.2014).
11. Алексеев А. Ю. Трудности проекта искусственной личности // Искусственные общества. – 2008. – Том 3, № 1. – С. 16–41.
12. Ros R., Arcos J. L., Lopez de Mantaras R., Veloso M. A case-based approach for coordinated action selection in robot soccer // Artificial Intelligence. – 2009. – Vol. 173, Issue 9-10. – P. 1014–1039.
13. Thrun S. Learning metric-topological maps for indoor mobile robot navigation // Artificial Intelligence. – 1998. – Vol. 99, Issue 1. – P. 21–71.
14. Карпов В. Э. Эмоции и темперамент роботов. Поведенческие аспекты // Известия РАН. Теория и системы управления. – 2014. – № 5. – С. 166–185.
15. Kiryazova K., Lowe R., Becker-Asanob C., Montebellia A., Ziemke T. From the Virtual to the Robotic: Bringing Emoting and Appraising Agents into Reality // Procedia Computer Science. – 2011. – Vol. 7. – P. 241–243.
16. Брындин Е. Г. Взаимодействие символически мыслящего робота с внешней средой и человеком // Информационные технологии. – 2004. – № 6. – С. 2–8.
17. Кулинич А. А. Модель командного поведения агентов (роботов): когнитивный подход // Управление большими системами. – М.: ИПУ РАН, 2014. – С. 174–196.
18. Komarova N., Niyogi P. Optimizing the mutual intelligibility of linguistic agents in a shared world // Artificial Intelligence. – 2004. – Vol. 154, Issue 1–2. – P. 1–42.
19. Anderson M. L. Why is AI so scary? // Artificial Intelligence. – 2005. – Vol. 169, Issue 2. – P. 201–208.

Научный руководитель О. В. Седельникова, д-р филол. наук, профессор ТПУ

Булгакова Н. О., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

E-mail: nob@tpu.ru

CONCEPT «MACHINE» IN RUSSIAN AND ENGLISH LINGUISTIC WORLD VIEW: PECULIARITIES OF SLOT ORGANIZATION

The present article focuses on the slot organization of the concept «machine» in scientific discourse based on Russian and English texts about artificial intelligence. The paper reveals ethnocultural specificity of the concept «machine» for Russian and English language speakers. The significance of the work is caused by interest of modern linguistics and Intercultural Communication theory in the process of encoding national mentality particularities in form of linguistic units and by the interest in their comparative analysis. The authors reveal basic slots of the concept «machine» that influence its actualization.

Keywords: *concept, slot, naive linguistic world view, scientific linguistic world view, metaphor.*

Bulgakova N. O., student
National Research Tomsk State University
E-mail: nob@tpu.ru

Бородина Е. С.

КОНЦЕПТ «ЭНЕРГИЯ» В РУССКОЙ ЯЗЫКОВОЙ КАРТИНЕ МИРА: К ПОСТАНОВКЕ ПРОБЛЕМЫ

Статья посвящена исследованию концепта «энергия» в русской языковой картине мира. Актуальность данной работы состоит в том, что современная лингвистика обращена к двум ведущим направлениям – прагматическому и когнитивному. Концепт – одно из ключевых понятий когнитивной лингвистики. За счет изучения концепта можно выявить, чем руководствуется человек, давая наименование тому или иному предмету, явлению, что он вкладывает в то или иное понятие. Концепту «энергия» прежде не было уделено достаточно внимания. В настоящей публикации автор анализирует статьи толковых словарей, посвященные лексеме «энергия», и делает вывод о том, как проявляет себя данный концепт в языковом сознании носителей русского языка.

Ключевые слова: *концепт, картина мира, дискурс, энергия.*

Язык – это сложнейшая, многогранная система, состоящая из элементов, тесно связанных друг с другом. Человек выражает свои мысли, идеи, все его мыслительные процессы обретают языковую форму путем использования различных понятий, разнообразие содержания которых представляет собой концепт.

Важнейшим способом формирования и сохранения знаний человека о мире является язык. Отображая в процессе деятельности объективный мир, человек фиксирует результаты познания в словах. Выраженные в языковой форме знания об окружающем мире представляют собой языковую картину мира.

Картина мира каждого народа уникальна, поскольку в ней запечатлено своеобразие национального опыта. Концепты же являются неотъемлемыми составляющими языковой картины мира, за счет анализа концептов можно выделить определенные особенности мировидения различных народов. Концепту посвящено множество работ таких авторов, как С. А. Аскольдов-Алексеев, Ю. С. Степанов, В. В. Красных, З. Д. Попова, А. А. Залевская, Н. Д. Арутюнова и т. д. По мнению Н. Ю. Шведовой, «концепт как языковая данность есть уходящее в историю народа понятие, поименованное языком в виде лексического значения слова, лежащее в ментальной, духовной, социальной или в физически необходимой жизненной сфере человека» [1, с. 508].

Предметом изучения в нашей работе является концепт «энергия». Данный концепт получил широкое распространение в различных дискурсах в русском языке, что подтверждается разнообразием языковых клише, которые включают в себя лексему «энергия», например: «тепловая энергия», «атомная энергия», «энергия Ци», «духовная энергия».

Для выделения вариантов значения данного концепта следует провести семантический анализ лексической единицы, репрезентирующей концепт. Толковые словари, содержащие статьи, посвященные описанию языковых единиц, позволяют выделить основные представления носителей того или иного языка об определенных предметах и явлениях действительности. Обратимся к словарным статьям, посвященным лексической единице «энергия».

«Толковый словарь русского языка» С. И. Ожегова и Н. Ю. Шведовой дает следующее определение: «ЭНЕРГИЯ, -и, ж. 1. Одно из основных свойств материи – мера ее движения, а также способность производить работу. *Солнечная, тепловая, электрическая, механическая, ядерная э. Э. воды. Затрата энергии.* 2. Решительность и настойчивость в действиях. *Полон энергии кто-н.»* [2, с. 911].

В «Новом словаре русского языка» Т. Ф. Ефремовой представлены три лексико-семантических варианта лексемы «ЭНЕРГИЯ»:

1. Одно из основных свойств материи – мера ее движения и способность производить работу.
2. перен. Способность активно действовать, трудиться с полной отдачей своих сил // Сила, которая побуждает к активной деятельности.
3. перен. Сила проявления чего-либо; интенсивность, динамизм [3].

В «Толковом словаре живого великорусского языка» В. И. Даля, статьи которого выходят за рамки обычного толкования слова, приводятся следующие лексемы-синонимы слову «энергия»: *постоянство, твердость, стойкость, выдержка, неустойчивость, яростивость, сила воли, устой, неистомная сила, рвение* [4].

Обратимся к этимологии слова «энергия», чтобы выявить первоначальное значение, а также выделить дополнительные варианты значения. В «Этимологическом словаре современного русского языка» А. П. Шапошникова приводится следующее описание возникновения слова «энергия» в русском языке:

«Энергия отмечена в словарях русского языка с 1806 г. Из научн.-лат. *energia*, восходящего к др.-греч. «сила в действии, действие, мощь»» [5, с. 563].

Анализ данных, приведенных в ассоциативных словарях, помогает выделить основные ассоциации носителей того или иного языка. «Русский ассоциативный словарь» [6] приводит следующие наиболее частотные реакции на слово «энергия»: «высокая» (10), «сила» (4), «солнца» (4), «жизни» (3), «внутренняя» (2), «человека» (2).

Таким образом, проанализировав содержание статей толковых словарей, посвященных лексеме «энергия», можно сделать вывод о том, что энергия в широком смысле рассматривается как сила, и, исходя из этимологии, энергия понимается как мощь, сила в действии.

Приведем примеры, отобранные с использованием национального корпуса русского языка (<http://www.ruscorpora.ru>), взятые из художественных, научно-популярных и других текстов, в которых реализуются три лексико-семантических варианта лексемы «ЭНЕРГИЯ», приведенные выше.

1. Одно из основных свойств материи – мера ее движения и способность производить работу.

«Более массивные и яркие, и поэтому более горячие, звезды выделяют энергию за счет углеродно-азотного цикла» [Горбачев В. Концепции современного естествознания, 2003];

«Создание водородного топлива из воды требует во много раз больших затрат энергии, чем оно само содержит» [Макарьева А. Чтоб не обрушить мирозданье... // Наука и жизнь, 2009];

«Когда потребление энергии незначительное, электрическая энергия от солнечной батареи может использоваться для электролиза воды и получения водорода» [Прохоров М. Д., Месяц Г. А. Водородная энергетика и топливные элементы // Вестник РАН, 2004];

«Выделяющаяся тепловая энергия уносится жидким щелочным металлом (литием или натрием), прокачиваемым через змеевик первого контура охлаждения в активной зоне» [Голубятников В., Морозов О. В небе – атомный реактор // Наука и жизнь, 2008].

2. Способность активно действовать, трудиться с полной отдачей своих сил // Сила, которая побуждает к активной деятельности.

«Мне нравились его энергия, чутье на новое, стремление разбудить заснувшую столицу» [Яковлев А. Н. Омут памяти. От Столыпина до Путина: в 2-х книгах. Кн. 1. М.: «Вагриус», 2001. С. 106];

«Вас всегда отличали творческая энергия, инициатива и большое трудолюбие» [Яковлев А. Н. Омут памяти. От Столыпина до Путина: в 2-х книгах. Кн. 1. М.: «Вагриус», 2001. С. 103];

«Его энергия, изобретательность позволили в короткие сроки развернуть промышленное производство металлического урана» [Гранин Д. А. Зубр. М.: Книжная палата, 1988. С. 158];

«Так вот, так не понимал, что он был на две головы выше меня. Поражала его работоспособность, энергия» [Гранин Д. А. Зубр. М.: Книжная палата, 1988. С. 230].

3. Сила проявления чего-либо; интенсивность, динамизм.

«Сидение на овсяном супе и на спитом чае только поощряли изобретательность и энергию ума» [Куприн А. И. Жанета // Собр. Соч. в 6 т. Том 6. М.: Государственное издательство художественной литературы, 1957. С. 482];

«Главной основой человеческого бытия является энергия мысли и разум» [Яковлев А. Н. Омут памяти. От Столыпина до Путина: в 2-х книгах. Кн. 1. М.: «Вагриус», 2001. С. 123];

«В Европе, США, Китае все активней используется энергия ветра, развиваются методы производства топлива из биомассы и бытовых отходов» [Руденко Б. Энергетика России: когда наступит завтра? // Наука и жизнь, 2006];

«Довольно предположить, что вместе с электроном ядро покидает еще какая-то частица и энергия распада делится между ними двумя» [Данин Д. С. Нильс Борю. М.: «Молодая Гвардия», 1978. С. 367].

Анализ примеров позволил сделать вывод о том, что концепт «энергия» широко распространен в научном и обыденном дискурсах. Опираясь на примеры с использованием лексемы «энергия» в текстах данных дискурсов, мы пришли к выводу о том, что первый лексико-семантический вариант лексемы «энергия» (энергия как одно из основных свойств материи – мера ее движения и способность производить работу) по количеству употреблений преобладает над другими в текстах научного дискурса, в то время как в текстах обыденного дискурса широко используются все варианты значения.

В текстах научного дискурса были выявлены следующие примеры сочетаемости лексемы «энергия»: «энергия вихря», «расход энергии», «энергия конфигурации», «сумма энергий», «энергия плазмы», «энергия атома», «энергия поля», «излучать энергию», «энергия удара», «электромагнитная энергия», «ядерная энергия» и т. д. В текстах обыденного дискурса встречаются следующие примеры: «энергия души», «энергия человека», «удивительная энергия», «энергия согласия», «наделять энергией», «заряжать энергией», «молодая энергия».

Таким образом, можно сделать вывод о том, что концепт «энергия» закрепился в различных дискурсах русского языка, о чем свидетельствует множество примеров клише с использованием лексемы «энергия». Первый лексико-семантический вариант лексемы «энергия» получил широкое распространение в научном дискурсе, в то время как в текстах обыденного дискурса широко используются все варианты значения.

Список использованных источников

1. Шведова Н. Ю. К определению концепта как предмета языкознания // Языковая личность: текст, словарь, образ мира. К 70-летию чл.-корр. РАН Юрия Николаевича Караулова: Сб. статей. – М.: Изд-во РУДН, 2006. – С. 506–510.
2. Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка: 80000 слов и фразеологических выражений / Российская академия наук. Институт русского языка им. В. В. Виноградова. – 4-е изд., доп. – М.: ООО «А ТЕМП», 2006. – 944 с.
3. Ефремова Т. Ф. Новый толковый словарь русского языка. – М.: Русский язык, 200. – URL: <http://www.efremova.info> (дата обращения: 03.10.2015).
4. Толковый словарь Даля [Сайт]. URL: <http://slovardalya.ru> (дата обращения: 22.04.2015).
5. Этимологический словарь современного русского языка / Сост. А. К. Шапошников: в 2 т. Т. 2. – М.: Флинта: Наука, 2010. – 576 с.
6. Русский ассоциативный словарь [Сайт]. URL: <http://thesaurus.ru/dict/dict.php> (дата обращения: 22.04.2015).

Научный руководитель О.В. Седельникова, д. филол. н., профессор ТПУ

Бородина Е.С., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

E-mail: kaededreamcatcher@hotmail.com

Borodina E. S.

THE CONCEPT «ENERGY» IN THE RUSSIAN LINGUISTIC WORLD IMAGE: PROBLEM STATEMENT

The article is devoted to researching the concept “energy” in the linguistic world image of Russian language speakers. The significance of the work lies in the fact that modern linguistics addresses to the two major areas – pragmatic and cognitive ones. Concept is one of the most important ideas of the cognitive linguistics. Researching the concept can help to know why people give some particular names to certain objects, what they mean using one or another concept. The concept of “energy” had never been given enough attention. In the publishing the author analyzes the dictionaries ‘articles that are devoted to the lexeme “energy”, and concludes on how this concept is represented in linguistic consciousness of Russian native speakers.

Keywords: *concept, linguistic world image, discourse, energy.*

Borodina E. S., student

National Research Tomsk Polytechnic University

E-mail: kaededreamcatcher@hotmail.com

Ли Сыюй, Фрик Т. Б.

ЛЕКСИЧЕСКАЯ РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ КОНЦЕПТА ПРИРОДА В ОТЗЫВАХ РОССИЙСКИХ И КИТАЙСКИХ ТУРИСТОВ О КИТАЕ

В статье представлены результаты анализа средств лексической репрезентации концепта «природа» в отзывах российских и китайских туристов о Китае, размещенных на интернет-сайтах. Работа выполнена в рамках актуального направления лингвистических исследований природных концептов, интернет-коммуникации и туристического дискурса. В работе систематизированы лексические единицы с семантикой «природа», сопоставлены концептуальные представления российских и китайских туристов о природе Китая, сделаны выводы об их специфике.

Ключевые слова: *туристический дискурс, интернет-отзыв туриста, концепт «природа».*

Изучение концепта – одно из ведущих направлений в современной парадигме лингвистических исследований ([1–3] и мн. др.), в рамках которой актуальной задачей является определение особенностей концептуализации природных объектов в той или иной лингвокультуре ([4; 5] и др.). Поскольку природа занимает серьезное место в жизни человека, она активно подвергается процессам концептуализации, в связи с чем природные концепты рассматриваются как культурный феномен.

Кроме того, в последнее время в центре внимания находится изучение интернет-коммуникации и туристического дискурса, в том числе в сопоставительном аспекте ([6–8]). Исследователями признается тот факт, что для современной коммуникации большое значение имеет национально-культурная специфика речевого поведения туристов, т. к. она влияет на эффективность межкультурной коммуникации в активно развивающейся сфере туризма: «Для современных коммуникативных практик актуально выявление

национально-культурной специфики речевого поведения туристов, влияющей на эффективность межкультурной коммуникации в активно развивающейся сфере туризма» [9, с. 198].

Целью данного исследования является выявление специфики лексической репрезентации концепта «природа» в отзывах российских и китайских туристов о Китае. В качестве материала были использованы отзывы российских и китайских туристов о Китае, размещенные на интернет-сайтах ([10; 11]). Всего было собрано и проанализировано 8 печатных листов отзывов, методом сплошной выборки выделено 160 контекстов, в которых воплощен исследуемый концепт.

Концепт «природа», репрезентированный в туристических отзывах о Китае, ранее не становился предметом научного исследования, кроме того, впервые данный концепт на этом материале рассматривается в сопоставительном аспекте.

Как видно из Табл. 1, концептуальное поле «природа» в отзывах российских и китайских туристов вербализуется по-разному.

Таблица 1. Лексическое воплощение концепта «природа» в отзывах российских и китайских туристов

Отзывы российских туристов	Отзывы китайских туристов
природа (6) – замечательная, природный (2) – феномен; вид(ы) (2) – фантастические	пейзаж (7) – прекрасный; картина (5) – невероятная; природа (4)
1. Водный мир (58)	1. Водный мир (63)
2. Растительный мир (55)	2. Климатические, погодные явления (58)
3. Климатические, погодные явления (39)	3. Растительный мир (54)
4. Горный мир, земля (36)	4. Небо, небесные светила (51)
5. Животный мир (27)	5. Горный мир, земля (48)
6. Небо, небесные светила (7)	6. Времена года (27)
–	7. Животный мир (13)
–	8. Время суток (8)

Сами понятия «природа» и «природный» связываются в представлении россиян с чем-то фантастическим, прекрасным, часто даже экзотичным. Именно эта исключительность становится основой положительного отзыва: «На второй день отправились к лунному озеру – самому низкому месту Азии – 154 метра ниже уровня моря. Глаза там накормить особенно нечем – пустыня, барханы, соленые лужи. Но сам факт – такая низменность посреди Тянь-шанских гор – природный феномен».

Главная характеристика природного объекта для китайского туриста – его живописность. Именно поэтому слова «пейзаж» и «картина» чаще используются в отзывах, чем слово «природа», они выступают его синонимом. Живописность в описаниях картин природы проявляется и во включении большого количества прилагательных с семантикой цвета: «Лето сменяется осенью, и вся листва переодевается в яркие, пестрые цвета. Деревья желтеют и краснеют, да и небо становится темно-голубым и покрывается туманом»; «Закат похож на золотисто-красный шар, заходящий за горизонт. Ярко-красный шар сияет искрами, которые раскидываются по всей роще» (*здесь и далее представлен перевод китайских отзывов на русский язык, выполненный нами – Л. С.*).

В отзывах китайских туристов выделяется большее количество тематических групп. В отзывах россиян практически не представлены такие тематические группы, как «Времена года» и «Время суток». Также россиянами мало упоминаются небо и небесные светила.

Особенность лексического воплощения концепта «природа» в отзывах россиян определяется их туристическими интересами. Россияне выбирают чаще всего пляжный отдых, поэтому природа Китая представлена через описание водных, преимущественно морских объектов. При характеристике моря и пляжа чаще всего указывается степень чистоты, обустроенности, близости к отелю, возможности купаться: «Пляж достаточно ухоженный и чистый, можно прокатиться на банане или на парашуте»; «Вода в море была чистой. Пришлось выбрать жилище в пять звезд из-за собственного пляжа».

Растительный мир в отзывах россиян воплощен в описаниях парков, заповедников и садов, которые обязательно являются частью туристических маршрутов. Растительный мир Китая воспринимается туристами через категории «красивый», «разнообразный», «неизвестный»: «Пальмы разных видов соседствуют с Баньяновыми и прочими, неизвестными сибирякам, деревьями». При описании мало используется цветовая палитра, не указываются названия, виды растений и деревьев.

Много места в данных отзывах занимает описание состояния погоды. Хорошая, солнечная, теплая погода определяет положительное впечатление от отдыха, а дождливая, холодная его портит, не случайно туристы используют следующие обороты: *не дает насладиться, не подвела, как нельзя лучше подходит*, характеризуя состояние погоды на момент предпринятого путешествия. Погодные условия также определяют полноту впечатлений, оценку увиденного: «Погода была отвратительная, +15 градусов, хотя летели с надеждой загореть и покупаться».

Горы Китая – это место священное и притягательное, они, с точки зрения российских туристов, нереально красивы. «Мы попали в горы Желтого Камня <...> Стоят такие высоченные пеньки, поросшие лесом, наполовину прикрытые туманом. Зрелище мистическое и потустороннее!». Авторы отзывов отмечают древнее происхождение гор, их необычную форму. Достаточно сдержанные при описании природных картин, российские туристы описывают горные пейзажи образно, прибегая к языковым средствам выразительности: «День сегодня облачный и туманный, поэтому горные пики проступают сквозь дымку, как нарисованные нежной акварелью и картина кажется плоской».

С животным миром Китая туристы знакомятся в заповедниках, зоопарках, океанариумах, где видят прежде всего традиционных для этой страны представителей фауны. Чаще всего в отзывах встречаются описания наблюдений за пандами, которые очень нравятся туристам.

Российские туристы крайне редко и скупо обращаются к описанию неба и небесных светил: солнца и луны. В анализируемых контекстах луна не упоминается ни разу, солнце как признак хорошей погоды, теплого климата – всего пять раз: «А с восточной стороны светило солнце по-тибетски яркое и игривое»; «На небе не было ни облачка, светило солнце и видимость стала идеальной. Такая погода как нельзя лучше подходила для посещения летнего сада Ихэюань». Однако небо, солнце редко становятся объектами описания сами по себе.

Китайские туристы в отзывах детальнее, чем российские туристы, описывают природные картины, поэтому используют большее количество номинаций самых разных природных объектов и явлений, кроме того, в их текстах природа живописна из-за большого количества цветовых определений.

В отзывах китайских туристов в большей степени представлен озерный и речной Китай. Отзывы изобилуют описаниями красивейших озер и бурлящих горных рек. Анализ же контекстов, включающих впечатления о морском отдыхе, позволяет увидеть различие в воплощении природных картин российскими и китайскими туристами: «Солнечный пляж, мало людей, прохладная вода, звонкий звук прибоя, море не спокойно, кажется, оно разгневано, и человек, стоящий на берегу, немного беспокоится. Вслед за закатом, прилив всё возрастал и становился всё сильнее и сильнее».

Китайские туристы редко употребляют слово «погода». Представление о погоде, как о факторе, который может испортить отдых, практически не проявлено в анализируемых отзывах: «Однако пасмурная погода никак нам не мешает, наоборот, очень подходит для прогулки. Горы в этот сезон очень красивые. Однако, к сожалению, горы могут быть в тумане, что помешает увидеть всю красоту».

Любимыми объектами описания китайцев являются листва и трава. «Листва играет золотисто-яркими цветами, небо украшено белыми облаками, и всё это складывается в прекрасную картину». Китайские туристы большое внимание обращают на мелкие, ничем не выделяющиеся природные явления. Так как авторы отзывов хорошо знакомы с родной природой, в их отзывах много названий цветов, деревьев и растений.

В отличие от российских туристов, китайские туристы очень много внимания уделяют в своих природных описаниях небу, солнцу, луне и звездам, которые сменяют друг друга, символизируя единство всего во вселенной: «Солнечный свет осыпает деревья. Небо засияло так, что невозможно оторвать глаз. И ты видишь весь пейзаж, слышишь все звуки природы».

Наблюдения за звездным небом также имеют медитативный характер. Лунный свет пробуждает чувства, эмоции: «Мне очень нравится лунный свет, особенно когда он отражается в воде. Распахнув окно, лунный свет врывается в комнату и покрывает всё, включая и себя, и тебя наполняют необъяснимые эмоции. Лунный свет, он просто превосходный, мягкий, нежный, красивый». В отзывах китайских туристов воплощено представление о взаимосвязи всего в природном мире. Для этого часто используется сравнение неба и водоема, а так же слово «отражение», «отражаться».

В описании гор, полей пастбищ прослеживаются те же смысловые элементы. Природные описания охватывают и маленькую росинку, и величественную гору: «Ничто не сравнится с зелеными горами после весеннего дождя, каждая гора усыпана изумрудно-зеленой растительностью, и каждую капельку на листе лучи солнца превращают в переливающиеся жемчужины».

Органичной составляющей концепта «природа» в отзывах китайских туристов являются времена года. В отличие от отзывов российских туристов здесь представлен весь годовой природный цикл, в который вписывается посещаемое туристом место. В отличие от отзывов российских туристов, здесь представлен весь годовой природный цикл, в который вписывается посещаемое туристом место: «Такой пейзаж как пейзаж реки Лицзян трудно где найти. В разные времена года река выглядит по-разному, весной – мелкий дождь, летом – закат отражается в воде, осенью – багряные листья кругом, зимой – листья бамбука повсюду. Всё вокруг покрыто зеленью».

В рассматриваемых отзывах животный мир представлен обычными птицами и насекомыми, которые вписываются в природные картины, которые «рисуют» авторы отзывов, они часть природного мира, в котором всё взаимосвязано: «Лунный свет за короткое время охватил облака, плывущие по небу, и заполнил всё пространство. Даже листья лотоса, лягушки и кузнечики, сидевшие в зарослях, птицы на деревьях, каждый был окутан лунным светом».

Представление о всеобщей цикличности природы находит отражение и во внимании авторов к описанию природных картин в то или иное время суток. Особенно часто в отзывах встречается описание

заката: «Крылья в небе сливаются с закатом, птицы промелькнули в пустоте, и только одинокий месяц остался на ночном небе».

Таким образом, в отзывах российских и китайских туристов отразились разные представления о природе. Российские туристы воспринимают природу Китая, во-первых, как туристическое впечатление, достопримечательность, их описания природы достаточно лаконичны, информативны: «Из достопримечательностей – панды – малая и большая».

Во-вторых, россияне относятся к природе Китая как к чему-то экзотическому, не имеющему аналогов в пространстве родной или любой другой культуры; поэтому в отзывах много сравнений: «Пейзажи несколько напоминают вьетнамскую бухту Халонг, только здесь горы вырастают не из моря, а прямо из земли».

В-третьих, природные условия определяют хорошее/плохое настроение во время путешествия. Особенно это связано с состоянием моря, погодными условиями. В отзывах россиян много как отрицательных, так и положительных оценочных высказываний: «На небе не было ни облачка, светило солнце и видимость стала идеальной. Такая погода как нельзя лучше подходила для посещения летнего сада Ихэюань».

Китайские туристы, описывая природные картины, уходят от информативности. В отзывах практически не встречаются отрицательные оценки увиденного. Главным становится красота природы во всех ее проявлениях, поэтому практически всегда используют образные слова и выражения: «Летом на озере Сиху можно встретить лотос, который плавно качается по поверхности воды. Именно цветы лотоса, белоснежные, как нефрит, привлекают внимание. Цветы лотоса настолько изящные, что похожи на капельки росы, и эту картину нельзя просто описать словами».

Природа в китайских отзывах циклична, всё в ней взаимосвязано. При описании авторы отзывов стараются показать целостность того, что они видят: «Лето сменяется осенью, и вся листва переодевается в яркие, пестрые цвета».

Человек – часть природного мира, он неотделим от него. Наблюдение природных картин в отзывах китайских путешественников – это медитация, которая помогает пишущему понять себя и тайны жизни: «Распахнув окно, лунный свет врывается в комнату и покрывает всё, включая и себя, и тебя наполняют необъяснимые эмоции». Взаимосвязь природы и духовного мира человека воплощается в олицетворении природных явлений: «Весна не похожа на знойное лето, не похожа на тихую осень, не похожа на морозную зиму. Весна полна жизни и энергии. Весна заставляет меня подумать о маме, мама подобна природе, которая дает нам жизнь, и именно весной всё оживает, всё рождается заново».

Меняющиеся условия жизни и взаимодействия культур ведут к изменению типов коммуникации, в том числе в сфере туризма вообще и международного туризма в частности. В этой связи отзыв туриста, который сформировался в пространстве интернет-коммуникации, как материал для лингвокультурологических исследований имеет серьезный потенциал, поскольку является пространством, в котором происходит отражение и генерация различных культурно специфичных образов, закрепляющих представления как о «своем», так и о «чужом» культурном пространстве.

Данное исследование позволяет сделать выводы о фрагменте туристической картины мира представителей китайской и русской культур в части представлений о природе Китая. Данные представления определены, с одной стороны, культурой авторов отзывов, с другой стороны, установкой на восприятие «своего» и «чужого».

Список использованных источников

1. Карасик В. И., Слышкин Г. Г. Лингвокультурный концепт как единица исследования // Методологические проблемы когнитивной лингвистики: Сб. науч. тр. / Под ред. И. А. Стернина. – Воронеж: ВГУ, 2001. – С. 75–80.
2. Маслова В. А. Введение в лингвокультурологию. – М.: Наследие, 1997. – 207 с.
3. Слышкин Г. Г. Лингвокультурные концепты и метаконцепты: монография. – Волгоград: Перемена, 2004. – 340 с.
4. Маругина Н. И., Ламинская Д. А. Концепт «природа» в русской и английской языковых картинах мира. Статья 1 // Язык и культура. – 2010. – № 2. – С. 36–45.
5. Красноярова Н. Г. Природа как концепт культуры: опыт культурософского очерка реки, воды, потока // Электронный научный журнал «Вестник Омского государственного педагогического университета». – Вып. 2006. URL: <http://www.omsk.edu/article/vestnik-omgpu-15.pdf> (дата обращения: 05.01.2013).
6. Гончарова Л. М. Концепт «путешествие» и его межкультурная представленность в рекламной коммуникации сферы туризма // Современная коммуникативистика. – 2012. – № 1. – С. 58–64.
7. Мошняга Е. В. Концептное пространство межкультурной коммуникации в системе международного туризма: автореф. дис. ... д-ра филос. наук. – М., 2014. – 44 с.
8. Филатова Н. В. Дискурс сферы туризма в прагматическом и лингвистическом аспектах: дис. ... канд. филол. наук. – М., 2014. – 179 с.
9. Говорунова Л. Ю. Отзыв туриста как новый речевой жанр туристического интернет-дискурса // Вестник Челябинского государственного университета. – 2013. – № 1(292). – Филология. Искусствоведение. – Вып. 73. – С. 198–203.
10. Туризм. Ру. Отзывы и рассказы об отдыхе в Китае [Сайт]. URL: <http://www.turizm.ru/china/stories> (дата обращения: 10.11.2013).
11. Мафэнгуо.чн. Отзывы и рассказы об отдыхе в Китае [Сайт на китайском языке]. URL: <http://www.mafengwo.cn> (дата обращения: 10.11.2014).

Ли Сяюй, студент
Национальный исследовательский Томский политехнический университет
E-mail: lisiyu_1992@126.com

Фрик Т. Б., канд. филол. наук, доцент
Национальный исследовательский Томский политехнический университет
E-mail: tfrik@tpu.ru

Li Siyu, Frik T. B.

LEXICAL REPRESENTATION OF THE CONCEPT THE NATURE IN REVIEWS OF THE RUSSIAN AND CHINESE TOURISTS OF CHINA

Results of the analysis of means of lexical representation of a concept "nature" in reviews of the Russian and Chinese tourists of China placed on the Internet sites are presented in article. Work is performed within the actual direction of linguistic researches of natural concepts, Internet communication and a tourist discourse. In work lexical units with semantics "nature" are systematized, conceptual ideas of the Russian and Chinese tourists of the nature of China are compared, conclusions are drawn on their specifics.

Keywords: *tourist discourse, tourist's Internet response, concept «nature».*

Li Siyu, student
National Research Tomsk Polytechnic University
E-mail: lisiyu_1992@126.com

Frik T. B., PhD in Philology, Associate Professor
National Research Tomsk Polytechnic University
E-mail: tfrik@tpu.ru

Дун Чжэньвэй, Ли Сяян, Чжан Синьянь, Фрик Т. Б., Чжан Юнчан

ЛИНГВОКУЛЬТУРНЫЙ ТИПАЖ «ВОДИТЕЛЬ» В РУССКОЙ И КИТАЙСКОЙ ЯЗЫКОВОЙ КАРТИНЕ МИРА (ПО ДАННЫМ АНКЕТИРОВАНИЯ)

Исследование лингвокультурных типажей как фрагмента национальной картины мира является одним из актуальных направлений современной лингвистики. В статье представлены результаты сопоставительного изучения лингвокультурного типажа «водитель» в русской и китайской языковой картине мира. Материалом исследования послужили данные анкетирования, участниками которого стали российские и китайские респонденты. В работе систематизированы и описаны образные и оценочные характеристики рассматриваемого типажа, определены его специфические черты для русской и китайской лингвокультуры.

Ключевые слова: *картина мира, лингвокультурный типаж, водитель, межкультурная коммуникация.*

В настоящее время в лингвистике достаточно активно изучаются лингвокультурные типажы ([1–3] и др.). С точки зрения ученых, лингвокультурный типаж – это узнаваемый образ представителя определенной культуры, он «представляет собой определенную модельную личность с набором уникальных характеристик, свойственных данной культуре, т. е. это символ культуры внутри культуры <...> для представителей других национально-культурных сообществ» [4, с. 82]. Изучение лингвокультурных типажей очень актуально, т. к. помогает объяснить культурно-значимые смыслы, которые являются частью национально-культурного мировидения, а также помогают лучше узнать особенности чужого этноса.

С точки зрения ученых, лингвокультурный типаж одновременно является концептом и языковой личностью. Материалом для моделирования типажа могут стать публицистические и художественные тексты, пословицы, поговорки, анекдоты, материалы анкетирования и опросов, а также тексты, авторами которых являются сами лингвокультурные типажы. О. А. Дмитриевой была разработана методика моделирования лингвокультурного типажа, которая включает в себя составление паспорта типажа, описание понятийного содержания концепта, ценностную характеристику лингвокультурного типажа [4].

Объектом анализа в данном исследовании стал лингвокультурный типаж «водитель», который пока комплексно не исследован. Актуальность изучения данного типажа связана с тем, что в настоящее время водитель – значимая фигура в жизни общества, он обладает особыми поведенческими, речевыми характеристиками, с ним связаны различные стереотипы восприятия. Данный типаж широко представлен в текстах: в анекдотах, в публицистике. В социальных сетях существуют группы «типичный водитель», открыто большое количество форумов автомобилистов.

Новизна и актуальность данной работы связана еще и с тем, что лингвокультурный типаж «водитель» рассматривается в сопоставительном аспекте, с точки зрения проблем межкультурной коммуникации. Целью

исследования является определение различий представлений о водителе в русской и китайской лингвокультурах, а также выявление специфики восприятия типажа «русский водитель» с позиции представителей другой культуры.

Исследование проводилось на материале анкетирования китайских и российских респондентов. В анкету вошли следующие вопросы: 1. Типичный российский (китайский) водитель *какой*? 2. Российский (китайский) водитель внешне *какой*? 3. Российский (китайский) водитель по характеру *какой*? 4. Российскому (китайскому) водителю нравится *что*? 5. Российский (китайский) водитель любит *что*? 6. Российскому (китайскому) водителю не нравится *что*? 7. Идеальный российский (китайский) водитель *какой*? *что* *делает*? 8. Речь российского (китайского) водителя *какая*? Анкетирование проводилось по принципу направленного ассоциативного эксперимента. Данный материал был выбран потому, что он позволяет выявить особенности осмысления рассматриваемого типажа современными людьми.

Так как лингвокультурный типаж является разновидностью концепта, он имеет понятийную, образную и ценностную составляющие. Для выявления образных и ценностных характеристик лингвокультурного типажа «водитель» была разработана анкета и проведен эксперимент, в котором приняли участие 30 китайских и 30 российских респондентов в возрасте от 18 лет до 41 года, обоего пола, примерно половина респондентов водят автомобиль.

По данным русского ассоциативного словаря, из 102 реакций на стимул «водитель» 13 реакций – это слово «автобуса»; 12 – «шофер»; 10 – «машины»; 9 – «такси»; 8 – «машина». С точки зрения отвечающих, водитель – это профессия, в то же время они так называют человека, который умеет управлять автомобилем (таксистом в России, например, может быть и непрофессиональный водитель). В исследовании не было целью разграничивать представления о водителе-профессионале и обычном автомобилисте, поскольку было важно определить базовые характеристики водителя – человека, управляющего транспортным средством, с точки зрения носителей рассматриваемых лингвокультур. В результате анкетирования были получены ответы российских участников опроса о российском водителе и китайских участников о российском и китайском водителе. Ответы были классифицированы по следующим основаниям: внешность, типичное поведение, речевые особенности водителя, оценочные характеристики, представления об идеальном водителе.

С точки зрения российских участников опроса, внешне типичный российский водитель – это мужчина, как молодой, так и пожилой, коротко стриженный, небрежно одетый, в верхней одежде, в кепке, выглядит уставшим. В целом мало по внешним признакам отличающийся от пешехода; отличие, например, в том, что он легче одет.

Китайские респонденты выделили следующие типичные черты внешности российского водителя: худой, бородатый, пожилой, носит кожаную куртку. Если сравнить эти представления с представлениями участников эксперимента о внешности китайского водителя, то видно, что по некоторым признакам они отличаются: типичный китайский водитель полный, чистоплотный, молодой, имеет собственную униформу, носит солнцезащитные очки, иногда шлепанцы, у него болит спина.

Наиболее яркой особенностью поведения российского водителя является любовь к быстрой езде (80 % ответов в анкетах как российских, так и китайских респондентов), также типичной чертой поведения российского водителя является частое несоблюдение правил дорожного движения, нелюбовь к дорожной полиции. Кроме того, российский водитель курит и слушает музыку в машине (часто шансон), не очень любит пешеходов, не пропускает их на дороге, ругается во время езды, щелкает семечки, много разговаривает. Больше половины китайских участников опроса отметили, что российский водитель любит выпить. Интересно, что в анкетах россиян такой ответ не встретился ни разу, наоборот, в ответах на вопрос о типичном российском водителе часто встречается вариант «трезвый».

Характеристики поведения китайского водителя близки к характеристикам российского водителя: он любит обгонять во время езды, слушает музыку, курит, не пропускает пешеходов, ругается во время езды, также любит поговорить. Кроме того, китайский водитель мало отдыхает и постоянно общается в чатах.

Анализ ответов также позволяет говорить о приписываемой водителю определенной системе ценностей: так, с точки зрения россиян, самое главное для российского водителя – это хорошая, часто дорогая машина, отличные дороги, сам процесс езды, российский водитель не любит пешеходов, неопытных водителей, когда его обгоняют, когда хлопают дверью автомобиля. В ответах китайских участников опроса отмечается также нелюбовь российского водителя к пробкам; есть единичные ответы о нелюбви к иностранцам, которые, скорее всего, основаны на личном опыте. Основной ценностью китайского водителя, судя по ответам, являются деньги. Китайский водитель очень не любит, когда его обгоняют, при этом любит обгонять сам.

В представлении о типичном водителе у россиян входит образ его особого речевого поведения, главными характеристиками речи водителя, с точки зрения россиян, являются употребление нецензурной лексики, образность и простота.

Китайские респонденты прежде всего выделяют паравербальные характеристики речи как российского, так и китайского водителя, с их точки зрения, они говорят громко и быстро, кроме того, российский водитель может разговаривать на различные темы, а китайский – шутить.

В массовом коммуникативном сознании типаж может иметь как положительную, так и отрицательную оценку. В анализируемых ответах респондентов также отразилась противоречивая оценка

лингвокультурного типажа «водитель». Часто положительная или отрицательная оценка связана с тем, является сам отвечающий водителем или нет. Среди положительных характеристик российского водителя, выделенных российскими участниками опроса, можно отметить следующие: лихой, уверенный, помогает другим. Нейтральные характеристики: разный, как все, бесстрастный. Отрицательных характеристик больше: нервный, наглый, несдержанный, агрессивный, дикий, грубый, взрывной, вспыльчивый.

В восприятии китайцев образ российского водителя более положительный: частотный ответ – вежливый, дружелюбный, кроме того, даются такие характеристики, как счастливый, радостный, щедрый, терпеливый, спокойный, сконцентрированный. Одновременно с этим встречаются такие оценки, как дикий, равнодушный, упрямый.

Среди положительных характеристик китайского водителя отмечены такие, как вежливость, доброжелательность, серьезность, властность, в то же время он нетерпеливый, жесткий.

Как в русской, так и в китайской культуре сформировано представление об идеальном водителе. Очевидно, что образ идеального водителя для россиян противоположен типичному, они хотели бы видеть водителя другим. Основными его характеристиками являются соблюдение правил дорожного движения, аккуратная езда и такое качество, как молчаливость.

Китайские респонденты хотели бы, чтобы российский водитель стал похожим на китайского, был более внимательным и дружелюбным и терпеливым, умел говорить по-китайски. В водителе китайцы больше всего ценят вежливость, спокойную езду, соблюдение правил дорожного движения, терпеливость и способность мало говорить.

Таким образом, анализ результатов анкетирования позволяет выделить и сопоставить особенности поведения, характерные черты лингвокультурного типажа «водитель», сложившиеся в русской и китайской лингвокультуре. Ученые рассматривают лингвокультурный типаж как символ культуры, изучение которого помогает раскрыть культурно значимые смыслы.

Результаты данного исследования могут применяться в практике преподавания русского языка как иностранного, в курсах по межкультурной коммуникации. Перспективами данного исследования является моделирование данного типажа на материале анекдотов, публицистики, художественной литературы.

Список использованных источников

1. Аксиологическая лингвистика: лингвокультурные типажи: Сб. науч. тр. / Под ред. В. И. Карасика. – Волгоград: Парадигма, 2005. – 310 с.
2. Базикова А. А., Ворошилова М. Б. Лингвокультурный типаж блондинки: ассоциативные признаки // Лингвокультурология. – 2012. – № 6. – С. 19–23.
3. Касюк Н. С. Паспорт лингвокультурного типажа «учитель» (на материале анекдотов) // IV чтения, посвященные 70-летию со дня рождения профессора В. А. Карпова, Минск, 19–20 марта 2010 г.: сб. науч. ст.: в 2 ч. – Ч. 2. – Минск: РИВШ, 2010. – С. 103–107.
4. Дмитриева О. А. Лингвокультурные типажи России и Франции XIX в.: монография. – Волгоград: Изд-во ВГПУ «Перемена», 2007. – 307 с.

Дун Чжэньвэй, студент

National Research Tomsk Polytechnic University

E-mail: 877215382@qq.com

Ли Сыян, студент

National Research Tomsk Polytechnic University

E-mail: 185764952@qq.com

Чжан Синьянь, студент

National Research Tomsk Polytechnic University

E-mail: 576894523@qq.com

Фрик Т. Б., к.филол.н., доцент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

E-mail: tfrik@tpu.ru

Чжан Юнчан, студент

National Research Tomsk Polytechnic University

E-mail: zhang0618yong@yandex.ru

Dong Zhenwei, Liu Siyang, Zhang Xinyan, Frik T. B., Zhang Yongchang

LINGUOCULTURAL TYPE «ВОДИТЕЛЬ» («VODITEL») IN THE RUSSIAN AND CHINESE LINGUISTIC WORLD-IMAGES (ACCORDING TO THE QUESTIONNAIRE DATA)

The analysis of linguocultural types as a fragment of the linguistic world-image is one of the most relevant lines of research in modern linguistics. The results of comparative studying of a linguocultural type «водитель» («voditel») in the Russian and Chinese linguistic world-images are represented in the article. The data for study are the results of questionnaire data of the Russian and Chinese respondents. The paper systematizes and describes figurative and axiological characteristics of the examined type, determines specific particularities for the Russian and Chinese linguistic world-images for the Russian and English cultures.

Keywords: world picture, linguocultural type, driver, cross-cultural communication.

Dong Zhenwei, student
National Research Tomsk Polytechnic University
E-mail: 877215382@qq.com

Liu Siyang, student
National Research Tomsk Polytechnic University
E-mail: 185764952@qq.com

Zhang Xinyan, student
National Research Tomsk Polytechnic University
E-mail: 576894523@qq.com

Frik T. B. PhD in Philology, Associate Professor
National Research Tomsk Polytechnic University
E-mail: tfrik@tpu.ru

Zhang Yongchang, student
National Research Tomsk Polytechnic University
E-mail: zhang0618yong@yandex.ru

Здоровец А. И.

ВОСПРИЯТИЕ ПОЛИМОДАЛЬНОГО ТЕКСТА: СООТНОШЕНИЕ КОДОВ И ТИПОВ ИНФОРМАЦИИ

Поликодовые тексты получают всё большее распространение в повседневной жизни, но само явление полимодальности (поликодовости) изучено в меньшей степени, чем многие другие объекты когнитивной лингвистики, что определяет актуальность исследования. Целью данной работы является сравнение восприятия адресатом монокодового и поликодовых текстов с различным соотношением информации, закодированной в разных семиотических системах и с разной фокусировкой внимания. Для достижения этой цели были разработаны 4 экспериментальных текста, из которых каждый последующий отличается от предыдущего одной переменной. Результаты показали, что наличие полимодальности влияет на восприятие текста адресатом, причем в зависимости от типов соотношения информации и фокусировки внимания оно может меняться.

Ключевые слова: полимодальность, поликодовость, когнитивная лингвистика, лингвистика, экспериментальные исследования.

Связь языка и мышления является центральным вопросом когнитивной лингвистики. Эта наука, возникшая в середине XX в., является междисциплинарной, т. к. использует методологический аппарат ряда наук, таких как биология, психология, математика, лингвистика и др. Неудивительно, что многие термины и понятия когнитивной лингвистики являются также междисциплинарными. К числу таких понятий относим и понятие мультимодальности. «Модальность ощущений – термин, означающий принадлежность к определенной сенсорной системе и использующийся для характеристики либо ощущения, либо сигнала» [1, с. 527]. Соответственно, мультимодальность (полимодальность) означает принадлежность к нескольким сенсорным системам.

В лингвистике термин «полимодальность» используется в двух значениях: с одной стороны, мультимодальным называется текст, актуализирующий несколько каналов восприятия [2, с. 45–48], с другой – текст, совмещающий в себе знаки разных систем [3, с. 23–35]. Такие тексты определяются также терминами «поликодовый» [4, с. 15] и «мультисемиотичный», в дальнейшем мы используем данные термины как дублетные.

Поликодовые (мультимодальные, мультисемиотичные) тексты получают всё большее распространение в повседневной жизни (например, журнальные статьи, в которых вербальные знаки

подкрепляются иконическими; инфографика, где доминирует иконическая информация, но присутствует и вербальная) [4, с. 15]. «Чувственные образы существуют не изолированно друг от друга, а образуют целостное, полимодальное феноменальное поле актуальных переживаний» [5, с. 9]. Однако при этом явление мультисемиотичности еще изучено незначительно, что видно по малому количеству литературы по данной теме. Этим определяется актуальность данной работы, посвященной анализу восприятия поликодовых текстов адресатом.

Объектом данной работы являются поликодовые тексты. Предмет исследования – восприятие поликодового текста адресатом.

Целью данной работы является сравнение восприятия адресатом монокодового и поликодовых текстов с различным соотношением информации, закодированной в разных семиотических системах и с разной фокусировкой внимания.

Мы выдвигаем *гипотезу* о том, что на восприятие информации оказывает воздействие семиотический тип текста, ее репрезентирующий, и тип фокусировки внимания. Гипотеза проверяется в серии экспериментов.

Так как мы проверяем восприятие адресатом моно- и поликодовых текстов с различной корреляцией информации, закодированной в разных семиотических системах и с разной фокусировкой внимания, то в качестве переменных мы избираем тип семиотической структуры текста, тип корреляции информации разных систем и тип задания (актуализируется в задании поликодовость или нет). В четырех экспериментах мы проверяем, насколько хорошо запоминается и усваивается информация при наличии/отсутствии полисемиотичности, а также то, какие переменные влияют на это.

Далее мы охарактеризуем построение и ход каждого из экспериментов и затем дадим их последовательную характеристику.

Эксперименты

Материал. В качестве стимульного материала нами были взяты две картинки с изображением гостиных, в значительной степени похожие друг на друга, но отличающиеся в мелочах. Далее был написан текст, имитирующий принципы построения художественного, включающий описание первой картинки. В тексте явно можно выделить вступление и основную часть (он преподносился как отрывок из художественной книги), которые являются описательными. В конце описывается некоторое действие персонажа. Из текста и двух картинок были сформированы три варианта текстов для серии экспериментов: 1) текст без картинки, 2) текст, включающий картинку, описание которой содержится в тексте, 3) текст, включающий картинку, частично отличающуюся от описания в тексте эксперимента («сопровождающая иллюстрация» по Б. Карлавариусу [6, с. 253]).

Процедура. Эксперимент проводился в аудитории, оборудованной для презентации PowerPoint. Сначала испытуемым предъявлялся слайд с инструкцией, далее в течение полутора минут показывался слайд с текстом, после чего предлагалось ответить на 10 вопросов, вынесенных на 3 слайда; из них 1 и 10 не принадлежат к области интересов исследования и служат задаче разминки и расслабления, соответственно:

1. Как звали друга главного героя?
2. Как выглядел диван?
3. Какого цвета были подушки?
4. Сколько кресел было в комнате?
5. Что располагалось на столике между кроватью и креслом? Опишите каждый предмет.
6. Где стояла лампа?
7. Как располагалась мебель?
8. Опишите вид из окна.
9. Опишите живопись на стенах комнаты.
10. Куда вела открытая дверь, которую замечает главный герой?

Дизайн экспериментов

Таким образом, в качестве переменных серии экспериментов мы избираем: 1) тип текста – монокодовый/поликодовый, 2) тип соотношения кодируемой в разных кодах информации – дублирование/частичное различие, 3) актуализация внимания – актуализация одной семиотической системы / обеих семиотических систем.

Далее охарактеризуем последовательно 4 эксперимента.

Первый эксперимент

Стимулы, материал: вербальный текст (без картинки).

Испытуемые: 20 респондентов в возрасте от 18 до 23 лет.

Ответы 3 испытуемых не вошли в анализируемый материал (слишком малый процент правильных ответов, обилие пропусков), итого учитывались ответы 17 респондентов.

Далее на рис. 1 представлены результаты, представляющие в процентном отношении правильные ответы на каждый из 10 вопросов экспериментального задания. Желтым цветом выделены вопросы, не относящиеся к области интересов исследования (1, 10); красным цветом выделен средний процент правильных ответов на вопросы; бежевым выделен вопрос, получивший крайне малое количество правильных ответов по результатам 4 экспериментов (цветовое обозначение верно для всех экспериментов).



Рис. 1. Первый эксперимент

Результат: средний процент правильных ответов на вопросы составил примерно 42,3.

Второй эксперимент

Стимулы, материал, тип задания: испытуемым предъявлен текст, включающий в себя вербальные и иконические знаки, информация, закодированная вербальными и иконическими знаками, совпадает, в задании не актуализируется картинка.

Испытуемые: 12 респондентов в возрасте от 18 до 19 лет.



Рис. 2. Второй эксперимент

Результат и обсуждение: средний процент ответа на вопросы составил примерно 62,47 %. Интересно, что в ответе на вопрос о расположении мебели в комнате некоторые из опрошенных предпочли нарисовать схему комнаты. Также следует отметить, что большому количеству респондентов (по сравнению с другими тестами – 74,97 %) удалось правильно ответить на 10-й вопрос, связанный с моментом на стыке описательной части и части действия: описывается, куда вела дверь, и в этот момент из другой комнаты заходит хозяин дома. Первая часть была подкреплена иконической информацией, что могло определить довольно высокий процент правильных ответов.

Третий эксперимент

Стимулы, материал, тип задания: текст, включающий в себя вербальные и иконические знаки, информация, закодированная вербальными и иконическими знаками, не совпадает, в задании не актуализируется картинка.

Испытуемые: 14 респондентов в возрасте от 17 до 19 лет.



Рис. 3. Третий эксперимент

Результат: средний процент правильных ответов на вопросы составил примерно 47,846 %. В отличие от 2.2 на 10-й вопрос верно ответили всего 14,28 % опрошенных.

Четвертый эксперимент

Стимулы, материал, тип задания: текст, включающий в себя вербальные и иконические знаки, информация, закодированная вербальными и иконическими знаками, совпадает, в задании актуализируется картинка.

Испытуемые: 12 респондентов в возрасте от 21 до 35 лет, результаты 3 из них не вошли в конечный итог (слишком малый процент правильных ответов, обилие пропусков), итого 9.



Рис. 4. Четвертый эксперимент

Результат и обсуждение: средний процент правильных ответов на вопросы составил примерно 55,51 %. Интересно, но на 10-й вопрос ответили всего 55,5 %, что может быть связано с тем, что за 1,5 минуты не каждый респондент смог сохранить внимание в конце текста при необходимости разделять внимание на вербальные и иконические знаки.

Результаты выполнения испытуемыми четырех экспериментальных заданий обобщены в таблице 1 и представлены в гистограмме на рис. 5.

Таблица 1

Тип семантической структуры текста	Мономодальный	Полиmodalный		
Тип информации		Совпадает		Не совпадает
Тип задания		Актуализируется	Не актуализируется	
Количество правильных ответов на все вопросы	42,3 %	47,846 %	62,47 %	55,51 %

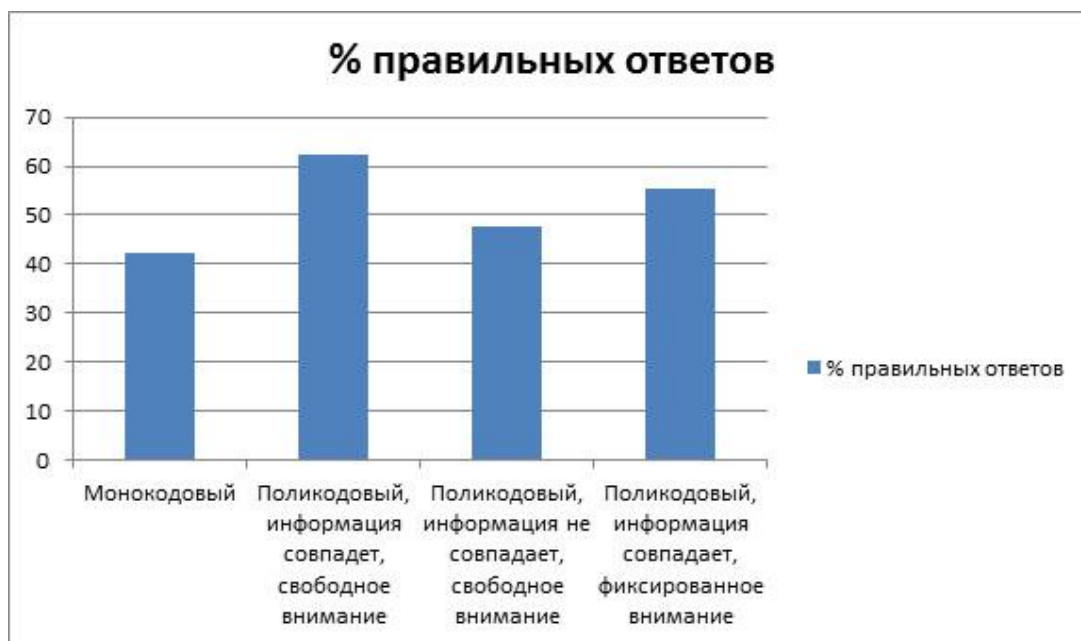


Рис. 5. Результаты четырех экспериментов

Выводы

Результаты проведенного экспериментального исследования показали, что наличие в тексте информации разных систем влияет на его восприятие адресатом по сравнению с монокодовым текстом: текст запоминается лучше вследствие воздействия на разные каналы восприятия. Стоит отметить, что это воздействие положительно (лучшее запоминание), если информация, закодированная в разных системах, коррелирует, иначе это влияние незначительно или его нет вовсе. Кроме того, эксперимент показал, что при необходимости разделять внимание, уделяя равное знакам обоих кодов, адресат либо испытывает затруднение с запоминанием информации (низкий процент правильных ответов), либо ему необходимо больше времени на этот процесс.

Список использованных источников

1. Энциклопедия эпистемологии и философии науки. – М.: Канон+, 2009. – 1247 с.
2. Некрасова Е. Д. К вопросу о восприятии полиmodalных текстов // Вестн. Том. гос. ун-та. – 2014. – № 378. – С. 45–48.
3. Чернявская В. Е. Поликодовое пространство текста: лингвосемантическая парадигма языкознания // Язык в парадигмах гуманитарного знания: XXI век. – СПб., 2009. – С. 23–35.
4. Винникова Т. А. Особенности структурной организации кинотекста (на материале художественного фильма "The Queen") // Вестн. Томск. гос. ун-та. – 2009. – № 325. – С. 15–17.
5. Камынина О. Е. Развитие полиmodalного восприятия у младших школьников в процессе музыкальной деятельности: автореф. дис. ... канд. психол. наук. – М., 2009. – 23 с.
6. Есильбаева А. Основные признаки поликодового текста // Вестн. КазНТУ. – 2011. – № 36. – С. 253–255.

Научный руководитель З. И. Резанова, д-р филол. наук, профессор ТГУ

Здоровец А. И., студент

Национальный исследовательский Томский государственный университет

E-mail: loferist@gmail.com

PERCEPTION OF THE MULTIMODAL TEXT: CORRELATION OF CODES AND TYPES OF INFORMATION

Multicode texts are becoming more common in everyday life, but the phenomenon of multimodality (multicode) itself is studied to a lesser extent than many other aspects of cognitive linguistics. The aim of this work is the comparison of the addressee's perception of the monocode and multicode texts with different correlation of the information, coded in different semiotic systems and with different attention focusing. In order to reach this goal 4 experimental texts were created, each subsequent differs from the previous one by 1 variable. Results showed that presence of the multimodality affects the addressee's text perception, which, moreover, can change depending on the information correlation and attention focusing.

Keywords: *multimodality, multicode, cognitive linguistics, linguistics, experimental research.*

Zdorovets A. I., student

National Research Tomsk State University

E-mail: loferist@gmail.com

Миклашевский А. А.

АКТИВАЦИЯ ПРОСТРАНСТВЕННОЙ ИНФОРМАЦИИ ПРИ СЛОЖЕНИИ ЧИСЕЛ*

На основе данных о наличии пространственной информации в концептах чисел нами была выдвинута гипотеза об активации пространственной информации при выполнении арифметических операций с числами. Согласно нашей гипотезе, сложение и вычитание чисел соответствуют ментальному смещению вдоль числовой прямой. Для проверки гипотезы был проведен эксперимент, в ходе которого респондентам предлагалось выполнить операцию сложения двух чисел от 0 до 9. Результаты эксперимента показали, что прямая зависимость между «ментальным расстоянием» на числовой прямой и временем реакции испытуемых отсутствует, однако набор слагаемых и их порядок являются значимыми.

Ключевые слова: *концепт числа, числовая прямая, пространственное кодирование, арифметические операции, математическое мышление, время реакции.*

1. Введение

В когнитивной науке широко распространен взгляд на когнитивные способности человека как основанные на телесных ощущениях, чувственном опыте познания окружающего мира. Традиционно рассматриваемые как абстрактные символичные системы (например, естественный язык или математические символы) при таком подходе оказываются тесно связанными с человеческим восприятием, взаимодействием с окружающей средой, пространственным ориентированием. Данная точка зрения активно исследуется в рамках экспериментальной парадигмы, в том числе с использованием новых аппаратных средств – методик фиксации времени реакции, движений глаз и других физиологических показателей.

В ряду таких исследований стоят экспериментальные исследования S. Dehaene, S. Bossini, P. Giroux [1], M. Fisher, S. Shaki [2; 3] и ряда других ученых, посвященные изучению того, как числовые концепты хранятся в памяти человека. Данные экспериментов убедительно свидетельствуют в пользу того, что числовые концепты организованы в сознании в виде ментальной числовой прямой [4], направленной слева направо так, что меньшие числа ассоциируются с левой стороной, а большие – с правой (так называемый SNARC-эффект [5]).

M. Fisher и его коллеги также продемонстрировали, что числовая прямая в значительной мере связана с культурными особенностями респондента, прежде всего, направлением письменности в родном языке испытуемого [6; 7]. Так, например, данные для носителей арабского языка или иврита, письменность которых имеет направленность справа налево, отличаются от данных для носителей английского языка с письменностью, направленной слева направо. Несмотря на то, что сама связь между организацией чисел в сознании и особенностями письменности в тех или иных языках выявлена, направление этой связи остается предметом дальнейших исследований. Также было показано, что пространственное кодирование в виде горизонтальной прямой характерно и для других последовательностей знаков – для текстов на естественном языке, названий месяцев, дней недели и т. д. [8].

Открытие феномена пространственного кодирования числовых концептов позволяет поставить множество новых вопросов, по-новому взглянуть на проблемы математического мышления и его развития. В частности, мало исследована роль пространственной информации и пространственного кодирования при арифметических операциях с числами. Очевидно, что для обработки числовых выражений требуется

* Исследование (проект № 8.1.37.2015) выполнено при поддержке Программы «Научный фонд им. Д. И. Менделеева Томского государственного университета» в 2015 г.

активация концептов чисел, входящих в эти выражения, следовательно, и пространственного компонента этих концептов; однако механизм такой активации в настоящий момент не описан.

2. Гипотеза

Мы предположили, что простейшие арифметические операции сопровождаются перемещением фокуса внимания на ментальной числовой прямой от начальной точки (первого числа) к конечной точке (ответу) на определенное условное «ментальное расстояние», т. е. некоторое число позиций (которое соответствует второму числу в выражении). В соответствии с данной гипотезой, перемена мест слагаемых («3 + 6» vs «6 + 3») должна значимо влиять на время выполнения операции, т. к. прохождение большего «ментального расстояния» требует большего времени, как при реальном пространственном перемещении.

3. Экспериментальное исследование

3.1. Дизайн и процедура

Для того чтобы проверить гипотезу, было сгенерировано 19 примеров, каждый из которых представлял собой сумму двух чисел от 0 до 9 включительно так, чтобы в каждом случае ответ был равен 8 или 9 (например, «0 + 9», «1 + 8», «2 + 7» и т. д.). Каждая проба начиналась с появления фиксационного креста по центру экрана (на 500 мс), затем следовал один из примеров, случайно отобранный программой. Задачей испытуемого было нажать одну из двух клавиш на стандартной клавиатуре (8 или 9), в зависимости от того, чему равно значение выражения на экране. В это время программа записывала время реакции испытуемого. Если испытуемый не давал ответа в течение 2000 мс, то пример исчезал. Таким образом, в эксперименте была одна независимая переменная с 10 уровнями (расстояние на ментальной прямой, которое могло составлять от 0 до 9 и было выражено вторым числом в примере) и одна зависимая (время реакции испытуемых).

Всего было 19 выражений, каждое из которых появлялось 10 раз, следовательно, каждый испытуемый выполнял операцию сложения 190 раз. В среднем эксперимент занимал 7–10 минут. Стимулы демонстрировались черным шрифтом на белом фоне. Эксперимент проводился с использованием программы E-Prime 2.0.

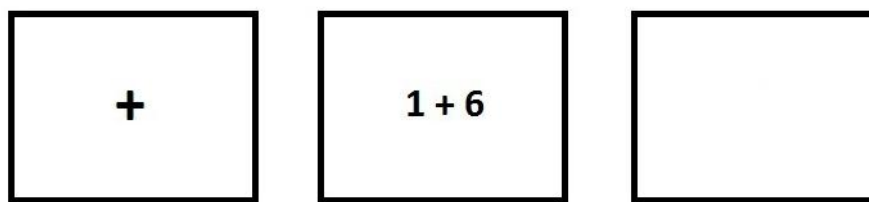


Рис. 1. Процедура эксперимента

3.2. Участники

В эксперименте приняли участие 35 человек в возрасте от 18 до 41 (из них 14 – мужчины). Участие было добровольным, участники-студенты получали баллы по учебным курсам за прохождение эксперимента.

3.3. Результаты

Поскольку задание было относительно простым, в ходе анализа были исключены все пробы, в которых испытуемыми были допущены ошибки (что составило 4 % всех проб). Остальные пробы были усреднены по испытуемым (by subject) и по стимулам (by item). Фактор «типстимула» оказался значимым ($F=41.302$; $p=0.000$). На рис. 2 и 3 представлены средние значения и стандартные отклонения по 10 уровням независимой переменной и график времени реакции. Попарное сравнение выражений с одинаковыми слагаемыми, которые расположены в разном порядке («1 + 8» – «8 + 1»; «2 + 7» – «7 + 2»; «3 + 6» – «6 + 3» и т. д.) показало, что между ними нет значимых различий, кроме выражений «0 + 9» и «9 + 0» (выражение «0 + 9» в среднем испытуемые решали быстрее, чем «9 + 0»).

d	Mean	Std. Error	95% Confidence Interval	
			Lower Bound	Upper Bound
1	597.274	10.593	575.769	618.780
2	705.743	14.261	676.792	734.693
3	764.121	20.771	721.955	806.287
4	759.604	19.494	720.030	799.178
5	658.173	12.073	633.663	682.684
6	745.371	17.575	709.691	781.050
7	777.455	21.650	733.503	821.407
8	755.192	18.081	718.486	791.897
9	684.176	12.062	659.689	708.664
10	561.969	10.389	540.879	583.060

Рис. 2. Средние значения и стандартные отклонения по 10 уровням независимой переменной «расстояние на числовой прямой»

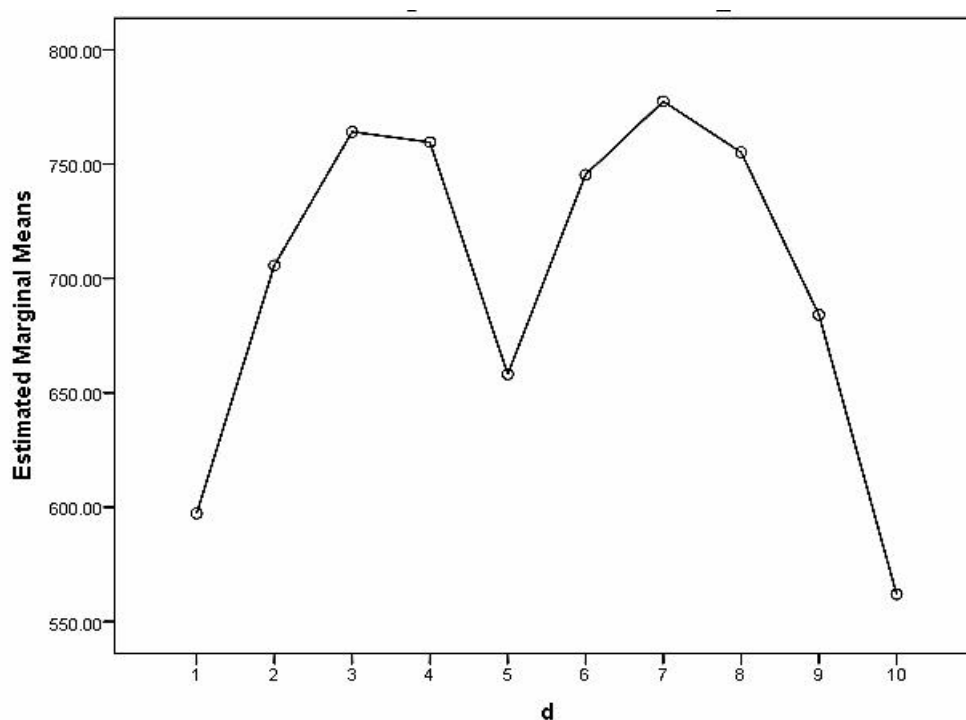


Рис. 3. График распределения времени реакции относительно независимой переменной

3.4. Выводы

Результаты эксперимента демонстрируют отсутствие линейной зависимости между расстоянием на ментальной числовой прямой (которое выражено вторым числом в примере) и временем реакции испытуемых. Тем не менее, фактор «тип стимула» оказывается значимым: как показывает график, время реакции в значительной степени зависит от того, какое именно выражение решали испытуемые. Порядок слагаемых оказался незначим (кроме выражений «0 + 9» и «9 + 0»).

4. Обсуждение

Результаты проведенного экспериментального исследования требуют отвергнуть изначальную гипотезу: очевидно, что механизм сложения чисел не представляет собой линейное смещение на ментальной числовой прямой. Тем не менее, фактор «тип стимула» оказался значимым, что позволяет предположить действие других (не учитываемых в данном эксперименте) факторов; значимое различие времени реакции между примерами «0 + 9» и «9 + 0» прямо противоречит начальным предположениям: если бы сложение осуществлялось путем смещения на числовой прямой, то выражение «0 + 9» требовало бы намного большего времени для своего решения, в то время как результаты эксперимента демонстрируют противоположное: испытуемые выполняют операцию «0 + 9» значительно быстрее, чем «9 + 0». Данная закономерность

выполняется только для данной пары примеров и не распространяется на аналогичные выражения «1 + 8» / «8 + 1», «2 + 7» / «7 + 2» и т. п.

5. Заключение

Изначально предложенная модель сложения чисел, представлявшая данный процесс как смещение на ментальной числовой прямой, очевидно, оказывается недостаточной; она должна быть в значительной мере дополнена. Возможно, модель математических операций должна учитывать не только пространственное кодирование чисел, но и их системные характеристики – например, четность/нечетность. Тем не менее, результаты эксперимента показывают значимые различия между временем, затраченным испытуемыми на решение разных примеров, следовательно, при заданных условиях можно наблюдать действие когнитивных механизмов, обеспечивающих выполнение операции сложения, которые требуют дальнейшего объяснения.

Список использованных источников

1. Dehaene S., Bossini S. & Giraux P. (1993). The mental representation of parity & number magnitude. *Journal of Experimental Psychology: General*, 122, 371–396.
2. Fias W. & Fischer M. H. (2005). Spatial representation of numbers. In J. I. D. Campbell (ed.), *Handbook of mathematical cognition* (pp. 43-54). New York: Psychology Press.
3. Fischer M. H. (2012). A hierarchical view of grounded, embodied and situated numerical cognition. *Cognitive Processing*, 13, S161-S164. DOI 10.1007/s10339-012-0477-5.
4. Wood G., & Fischer M. H. (2008). Numbers, space, and action - from finger counting to the mental number line and beyond. *Cortex*, 44, 353–358.
5. Wood G., Nuerk H.-C., Willmes, K., & Fischer, M. H. (2008). On the cognitive link between space and number: A meta-analysis of the SNARC effect. *Psychology Science Quarterly*, 50(4), 489–525.
6. Shaki S., Fischer M. H., & Petrusic, W. M. (2009). Reading habits for both words and numbers contribute to the SNARC effect. *Psychonomic Bulletin and Review*, 16(2), 328–331.
7. Shaki S., Fischer M. H., & Göbel, S. M. (2012). The origin of number-space associations: A comparative study of spatially directional counting biases in cultures with different reading directions. *Journal of Experimental Child Psychology*, 112(2), 275–281.
8. Göbel S. M., Shaki S., & Fischer M. H. (2011). The Cultural Number Line: A Review of Cultural and Linguistic Influences on the Development of Number Processing. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 42, 543–565.

Научный руководитель З. И. Резанова, д-р филол. наук, профессор ТГУ

Миклашевский А. А., студент

Национальный исследовательский Томский государственный университет

E-mail: armanster31@gmail.com

Miklashevsky A.

ACTIVATION OF SPATIAL INFORMATION DURING ADDITION OF NUMBERS

As previous research demonstrated, there are spatial components in number concepts. On this basis a hypothesis was proposed, that simple arithmetic operations activate spatial information: addition and subtraction correspond to mental shift on the number line. To examine this hypothesis an experiment was carried out: subjects should add two numbers from 0 to 9. The results of the experiment showed, that there is no direct dependence between “mental space” on the number line and subjects reaction time. However set of items and their order are significant.

Keywords: *number concept, number line, spatial coding, arithmetic operations, mathematic cognition, reaction time.*

Miklashevsky A., student

National Research Tomsk State University

E-mail: armanster31@gmail.com

Богословская З. М., Щеголихина Ю. В.

МЕТАФОРО-МЕТОНИМИЧЕСКИЕ КОМПОНЕНТЫ «FAMILIE» КАК ЕДИНИЦЫ КОНЦЕПТОСФЕРЫ РОССИЙСКИХ НЕМЦЕВ СИБИРИ*

FAMILIE относится к ментально-культурным образованиям, до сих пор не исследованным в разделе отечественной германистики, посвященном описанию лингвокогнитивных и лингвокультурологических особенностей российских немцев. В центре внимания авторов настоящей статьи – экспликация концепта FAMILIE в языковой картине мира российских немцев Сибири. На основе обобщения результатов психолингвистического и социолингвистического

* Исследование выполнено при поддержке РГНФ (проект № 15-14-70602).

эксперимента, а также контекстного анализа биографических рассказов представителей немецкого этнического сообщества впервые выявляется совокупность метафоро-метонимических компонентов изучаемого концепта.

Ключевые слова: репрезентация обыденного языкового сознания, немецкий субэтнос Сибири, переносные смыслы культурно нагруженного концепта FAMILIE.

Настоящая статья посвящается изучению концепта FAMILIE в языковой картине мира российских немцев Сибири. Актуальность темы исследования определяется насущными задачами по фиксации и сохранению языка и культуры российских немцев как миноритарных образований; необходимостью освоения лингвоконцептологической проблематики в соответствии с антропоцентрическим характером научной парадигмы (см. подробнее [1]); неизученностью концепта FAMILIE как компонента обыденного сознания, непосредственно связанного с феноменом семьи, обладающим общечеловеческой ценностью, национальной значимостью и сыгравшим особую роль в сохранении языка и культуры российских немцев Сибири.

Семья российских немцев представляет собой малую социально-психологическую группу родственников, обладающую социокультурной целостностью, этноспецифичностью и имеющую территориальную локализацию. В годы репрессии, когда практически все социальные и религиозные институты российских немцев были разрушены, сохранилась лишь ячейка семьи, зачастую в «осколочной» форме. В это трудное время она выполняла две основные функции – экзистенциальную и культуросберегающую. До сих пор феномен семьи имеет особое значение для жизнедеятельности российских немцев.

Конкретной задачей данной статьи является выявление и обобщение переносных смыслов FAMILIE как культурно нагруженного концепта, объективирующегося в информативных жанрах.

При проведении настоящей работы реализованы следующие способы исследования: описательный метод, в состав которого входят приемы наблюдения, сравнения, интерпретации, систематизации, обобщения; компоненты лингвоконцептуального анализа; экспериментальные методы, включающие психолингвистический эксперимент, социолингвистическое анкетирование.

Эмпирическая база исследования представляет собой 1) экспериментальные материалы, состоящие из ответов 32 респондентов, полученных в 2014 г. В качестве испытуемых выступили слушатели курса немецкого языка при Российско-немецком доме (г. Томск), а также сотрудники Томского политехнического университета, принадлежащие к этнической группе российских немцев, в возрасте от 25 до 65 лет, среди которых присутствовали 5 мужчин и 25 женщин, имеющих разный социальный статус (студенты, служащие, домашние хозяйки, пенсионеры), разную профессиональную характеристику; 2) опубликованные текстовые материалы, включающие 28 сложных жанров-рассказов российских немцев и их потомков о нелегкой судьбе членов своей семьи, своего рода, депортированных в Сибирь в годы Великой Отечественной войны [2] (книга составлена сотрудниками Томского политехнического университета).

Проведенное социолингвистическое анкетирование можно охарактеризовать как очное, аудиторное, полное. Всем испытуемым были заданы 24 вопроса: кого Вы считаете главой немецкой семьи? с чем или с кем можно сравнить немецкую семью? есть ли определенные стадии (фазы) в истории немецкой семьи? какие разновидности немецких семей можно выделить? для чего Вам нужна семья? являются ли немецкие семьи нерушимыми? и т. п. Результаты психолингвистического эксперимента ненаправленного типа излагаются Ю. В. Щеголихиной [3].

Обнаруживается, что концепт FAMILIE вызывает в обыденном сознании немецкого субэтнуса Сибири различные образы и обладает определенными смыслами и ценностными признаками, объективированными в языке с помощью метафорических и метонимических единиц. Метафора и метонимия репрезентируются в текстах и в эксплицитном виде (выражаются лексической единицей / лексическими единицами), и в имплицитном виде (не имеют специальной номинации).

Прежде всего выявляются биоморфные признаки концепта FAMILIE, включающие флористические, орнитологические и антропоморфные признаки.

Семью или род российские немцы часто представляют в виде ветвистого дерева (*ein Baum mit Wurzeln, Stamm und Äste, Stammbaum*), которое со временем может всё больше разрастаться. Данная метафора восходит к архетипичному образу «Мирового дерева», являющегося, по древним поверьям, символом Вселенной. Дерево, по результатам эксперимента, имеет корни, символизирующие предков, ствол, символизирующий отца и мать, а также ветви, символизирующие детей и внуков (*Wurzeln sind unsere Vorfahren (Urgroßeltern), Stamm – das sind Vater und Mutter, Äste – das sind Kinder und Enkelkinder*). Корни уходят в глубь веков. Это подтверждается текстовым материалом: *Historische Wurzeln meiner Familie stammen aus der Zeit der Zuwanderung der ersten Deutschen nach Russland / Исторические корни моей семьи уходят во времена появления первых немцев в России* [2, с. 6; семья Адам]. В период социализма от корней «отделяли», отлучали немецкую семью и ее членов: *In der Sozialismuszeitperiode wurden wir von unseren Wurzeln getrennt ... / В период социализма нас отлучили от своих корней ...* [2, с. 7; семья Адам].

Глаголы с вегетативной семантикой, обозначающие подрастание, взросление и т. п., весьма употребительны в рассказах российских немцев о своих семьях и их членах: *Im Januar 1956 liess man die Menschen aus der Spezialansiedlung frei. Aber der Urgrossvater beschloss diesen Ort nicht zu verlassen. Die älteren Kinder hatten schon eigene Familien und kleine Kinder. Es war notwendig, dass die Kinder heranwachen / В январе*

1956 года освободили от спецпоселения. Но прадед не стал уезжать отсюда. Старшие дети уже обзавелись своими семьями, имели маленьких детей. Нужно было, чтобы дети подросли [2, с. 21; семья Гайль].

Семья также представляет собой единый организм, некий плод, у которого есть ядро, сердцевина: *Sie /Familie/ kann zerfallen werden, wenn es keinen Kern gibt* / Семья может распасться, если нет ядра.

Биоморфный признак концепта FAMILIE дополняется также орнитологическим признаком. Так, участникам эксперимента семья представляется в виде дерева с гнездом (*ein Baum mit dem Nest*). Образ гнезда, дающего человеку экзистенциальную и эмоциональную поддержку, является универсальным для многих культур.

Изучаемый концепт наделяется многочисленными антропоморфными признаками. Семья воспринимается как единый биологический организм и ассоциируется прежде всего с кровью: *Blutsverwandtschaft*. См., например: *Es ist interessant, dass meine älteren Söhne trotz meiner Gleichgültigkeit gegenüber der deutschen Sprache sie mit Spass lernen, sie interessieren sich stark für alles, was mit unserer Nationalität, Geschichte, Sitten und Brähen des deutschen Volkes verbunden ist* /.../ *Wahrscheinlich ist das der Ruf des Blutes* / Интересно, что, несмотря на мое равнодушие к немецкому языку, старшие сыновья активно занимаются его изучением, интересуются всем, что связано с нашей национальностью, историей, обычаями и традициями немецкого народа /.../ Видимо, слышится зов крови [2, с. 33; семья Гауэр]; *Ein Teilchen deutsches Blut hat sich doch in mir sprechen lassen, ich habe mich noch als Kind für die deutsche Kultur und Sprache interessiert* / Во мне частичка немецкой крови всё же дала о себе знать, и я с самого детства начала интересоваться немецким языком и немецкой культурой [2, с. 61; семья Рукс].

Разновидностью антропоморфных признаков являются витальные субпризнаки – общие для всех живых существ особенности: жизнь и смерть. Участники эксперимента сравнивают различные этапы семьи с жизнью одного человека: *Intrauterines Leben – Verhältnisse vor der Hochzeit, Geburt – Hochzeit, erwachsen sein – Entwicklung, Krankheit – Streit, Genesung – Versöhnung, Tod – Ende. Das Ende kann natürlich (natürlicher Tod) oder unnatürlich sein – Krankheit, Verletzung das ist Scheidung* / Внутриматочное развитие – отношения до свадьбы, рождение – свадьба, взросление – развитие, болезнь – ссора, выздоровление – примирение, смерть – конец. Конец (смерть) может быть естественным от болезни, травм либо неестественным – это развод.

Семья, подобно человеку, живет: *Die Familie meines Grossvaters lebte in Baschkirien bei Ufa* / Семья дедушки жила в Башкирии, под Уфой [2, с. 37; семья Бауэр]. Под влиянием внешних обстоятельств семья, как и человек, может погибнуть или уцелеть. См., например, фрагмент рассказа российской немки: *Während der Übersiedlung wurde meine Großmutter durch die Splitter der den Wagen getroffenen Bombe verwundet, der in 2 Teile zerplatzte. Aber die Familie blieb am Leben* / Во время переезда бабушка была сильно ранена осколками от бомбы, которая попала прямо в вагон, который разорвался на 2 части, но семья уцелела [2, с. 56; семья Биллер].

Другой разновидностью антропоморфных признаков являются соматические. Концепт FAMILIE репрезентируется через названия человеческого тела. Для немецкого сообщества, как и для других этносов, особо значима 'голова', являющаяся главным органом человеческого тела и символизирующая главу семьи (*Das Haupt einer Familie*). Однако, как полагают некоторые участники эксперимента, каждый член семьи в свое время может выполнять функции рук, ног, головы.

К антропоморфным признакам относятся и физиологические субпризнаки. Так, семья в качестве единого организма нуждается в пище. Ряд ассоциатов связан с едой, совместным принятием пищи (*das Essen* / еда; *der Kuchen* / пирог; *das Familienessen* / семейный ужин).

Рассматриваемый концепт может репрезентироваться также признаками движения, перемещения (*kommen, fahren, folgen* и др.).

В результате социально-политических причин семьям российских немцев приходилось эмигрировать, эвакуироваться: *Im Jahr 1920 emigrieren die Familieangehörigen meiner Urgroßmutter nach Kanada ...* / Семья прабабушки в 1920 году эмигрировала в Канаду ... [2, с. 39; семья Кельм]; *Als der Grosse Vaterländische Krieg begann, wurde die Familie nach Sibirien evakuiert ...* / Когда началась война, их семью эвакуировали в Сибирь... [2, с. 56; семья Биллер].

В ассоциативно-смысловом поле FAMILIE отмечается много метонимических единиц, обозначающих интерперсональные отношения в семье: *die Sorge* / забота; *die Liebe* / любовь; *die Zuverlässigkeit* / надежность; *die Freundschaft* / дружба; *die Unterstützung der Verwandten* / поддержка близких; *die Verehrung der Eltern* / уважение родителей; *die Geduld* / терпение; *die gegenseitige Achtung* / взаимное уважение; *das gegenseitige Verständnis* / взаимопонимание; *die gegenseitige Hilfe* / взаимовыручка.

Семья как единое целое характеризуется также эмоциональными признаками, присущими человеку: *glückliche oder nicht glückliche Familien* / счастливые или несчастливые семьи; *wunderbare Familien* / чудесные семьи, *liebvolle Familien* / любящие семьи и др.

Немецкая семья, как и отдельный ее представитель, обычно бывает трудолюбивой: *Die Familie meines Großvaters* /.../ *war sehr arbeitsam* / Семья дедушки была /.../ трудолюбивая [2, с. 57–58; семья Майнингер]. В целом же, как верно заключает один из информантов, семьи российских немцев, как и люди, бывают разными: *verschiedene Familien und das ist toll!* / разные семьи, и это замечательно!

У немецкой семьи, как и у человека, своя судьба, и иногда она может подвергаться ударам судьбы: *Der Weg war lang, schwierig und um den Schicksalschlag ein bisschen zu mildern, bildeten die Scheffers ein Orchester* / Дорога долгая, тяжелая, и чтобы как-то сгладить удар судьбы, семья Шеффер организовала оркестр [2, с. 53; семья Шеффер].

В трудные времена семья российских немцев могла получить похоронное извещение, быть репрессированной и т. п. 1941 *wurde die Familie Wiese Repressalien unterworfen ...* / В 1941 году семья Визе была репрессирована ... [2, с. 53; семья Визе]; *Im Dezember 1942 bekam die Familie Anmeldung, dass Wilhelm im Panzer verbrannt ist* / В декабре 1942 года семья получила похоронку: Вильгельм сгорел в танке [2, с. 46; семья Райс].

Персонификация семьи заключается также в наличии у семьи общего наименования – фамилии. У каждой семьи, как и у человека, есть своя история. См., например: *Die Geschichte der Familie Schröder* / История семьи Шредер [2, с. 27].

Из экспериментального материала выясняется, что семья, подобно человеку, оставляет после себя материальное и идеальное: *Nachkommen* / потомство, *Kinder* / детей, *Enkelkinder* / внуков, *nächste Generationen* / последующие поколения, *Sippe* / род, *Liebe* / любовь, *Traditionen* / традиции, *Erinnerungen* / воспоминания; *entweder Kinder oder einen guten Ruf* / или детей, или доброе имя и др.

Концепт FAMILIE репрезентируется многочисленными социальными признаками. Семья выступает, во-первых, как социальный институт, который находится в определенных отношениях с другими социальными институтами, органами власти (НКВД, КГБ): средними и высшими учебными заведениями, производственными объединениями, армией/трудоармией, тюрьмой, комендатурой, партийными организациями, иными семьями, российско-немецкими Домами и Центрами культуры и т. д. *In der Nähe wohnten einige deutsche Familien: Kramberg, Damsen, Farat, sie kommunizierten miteinander auch ausschliesslich auf Deutsch* / Рядом /в ссылке/ проживало несколько семей немцев: Крамберг, Дамзен, Фарат, которые общались друг с другом исключительно на русском языке... [2, с. 43; семья Шлегель].

Вступая в контакт с другими семьями, семья российских немцев может быть гостеприимной и негостеприимной, относиться к некоторым людям недружелюбно, как к врагам. См. данные эксперимента: *Die Russlanddeutschen laden zu Gäste nicht besonders gern ein, sie mögen lieber außer Haus gemeinsam feiern (Christkindmarkt, Oktoberfest u.s.w.). Zu Hause feiern sie im engen Kreis der Familie. Sie mögen nicht ungeladene Gäste, zudringliche Menschen* / Российские немцы не очень любят звать к себе в гости домой, больше любят совместные праздники вне дома. Дома охотнее празднуют в узком кругу семьи. Не любят незваных гостей, навязчивых людей; *Die Deutschen sind nicht besonders gute Gastgeber, sie vermeiden die schlechten Leute* / Немцы не совсем гостеприимны, сторонятся плохих людей.

Как социальный институт, немецкая семья воспитывает, обучает, сохраняет традиции, поощряет, помогает, оценивает. Так, участники эксперимента считают, что у семьи есть *Bräuche und Sitten* / традиции и обычаи. Данный факт подтверждается также примерами из книги «Помни имя свое» [2]. *.../ Doch feierte die Familie alle Feste – die russischen und die deutschen. Diese Tradition ist auch bis heute erhalten geblieben / .../ Зато отмечали все праздники – по-русски и по-немецки. Эта традиция сохранилась до сих пор* [2, с. 33, семья Гауэр]; *Die Kinder wurden streng erzogen. Man lehrte sie arbeitsam, ordentlich, geduldig, ehrlich sein, die Eltern und die Ältesten achten, den Gott lieben* / Детей воспитывали в строгости. Учили быть трудолюбивыми, уважать родителей и старших, любить Бога [2, с. 82; семья Дитенбир]; *Von Kindheit an waren wir an die Arbeit gewöhnt, – erzählt Vladimir Iosifovitsch* / Нас с раннего детства приучали к труду, – рассказывает Владимир Иосифович [2, с. 33, семья Гауэр]; *Der Großvater Andrej und die Großmutter Raja erzogen 2 Kinder* / Дед Андрей вместе с бабушкой Раей воспитали двоих детей [2, с. 21; семья Крайсман].

Семья российских немцев может выступить в качестве единой, сплоченной группы людей. Как коллектив она может быть большой, дружной: *einmütige Familien, große Familien*. У нее есть общие результаты работы, см., например: *Wir haben eine Sammlung von Fotos, verschiedene Daten. Die erste Variante des Stammbaums existiert schon in elektronischer Form. Ich meine, nchstes Jahr vollenden wir dieses komplexe Familienwerk ...* / У нас есть набор фотографий, различные даты. Есть первый вариант генеалогического древа в электронном виде. Я думаю, на следующий год мы закончим этот комплексный семейный труд... [2, с. 8; семья Адам].

FAMILIE характеризуется такими социальными признаками, как богатый, бедный. *Obwohl die Zeiten schwer waren, wurden die Feiertage im engen Familienkreis lustig gefeiert. Die Geschenke wurden nur selten gegeben, weil man arm lebte* / Несмотря на трудные годы, праздники они отмечали всей семьей, весело и дружно. Подарки дарили редко, так как жили бедно [2, с. 12; семья Минор]; *Lebten sie, wie gesagt, im Wohlstand. Sie hatten ein großes haltbares Haus, einen guten Hof* / Жили они, как говорят, в достатке. Был у них большой добротный дом, крепкое хозяйство [2, с. 23; семья Крайсман]. Богатство немецкой семьи измеряется не только материальными критериями, но и наличием детей. Так, внутренняя форма прилагательного *kinderreich* указывает на большую ценность детей: *große Familien (kinderreiche Familien)* / большие семьи (богатые детьми семьи).

Немецкая семья характеризуется также с точки зрения национальной принадлежности. *In unserer Familie wurde das Thema der Zugehörigkeit zur deutschen Nationalität nie erörtert* / В нашей семье никогда широко не обсуждалась тема принадлежности к немецкой национальности [2, с. 79; семья Грепп]; *Sie /die Großmutter/ fühlte sich immer als eine Deutsche, deshalb empfand sie die Übersiedlung nach Deutschland als Rückkehr in die*

historische Heimat / Она /бабушка/ всё время ощущала себя немкой, гордилась этим, поэтому переезд в Германию воспринимала как возвращение на историческую родину [2, с. 25; семья Крайсман]; *Meine Familie, als Vertreter der deutschen ethnischen Gemeinschaft, wiederholte das Schicksal ihres Volkes / Моя семья, как представитель немецкого субэтноса, повторила судьбу своего народа* [2, с. 81; семья Дитенбир].

Немецкая семья обычно религиозная и принадлежит к той или иной конфессии. *Die Familie der Großmutter war sehr religiös / Семья бабушки была очень религиозной* [2, с. 82; семья Дитенбир]; *Die Menschen dachten an die Zukunft nicht. Sie arbeiteten in einem Kolchos, ließen Kühe weiden. Sie glaubten an Gott und hofften auf ihn und auf sich selbst / Люди тогда о будущем не думали. Работали в колхозе, пасли коров. Верили в Бога. Надеялись на него и на себя* [2, с. 19–20; семья Гайль]; 1935 heiratete meine Großmutter Heirig Penner, den Mann aus der Mennonitenfamilie ... / В 1935 году бабушка вышла замуж за Генриха Пеннера, парня из менонитской семьи [2, с. 83; семья Дитенбир]. Безусловно, степень религиозности и конфессиональная однородность семьи российских немцев на протяжении предыдущего века изменились.

В экспериментальном материале представлены также связанные с изучаемым концептом метонимические единицы со значением совместного времяпрепровождения: *die Erholung mit der Familie / отдых с семьей, die gemeinsamen Einkäufe / совместные покупки, das Familienessen / семейный ужин, die Familienfeste / семейные праздники*.

Событийно-временные признаки, характеризующие концепт FAMILIE, осознаются в тесной связи с человеком. Самые важные жизненные этапы человека в миропонимании немецкого субэтноса соотносятся с FAMILIE: *Geburt – Erwachsene – Hochzeit – Kinder – ein eigenes Haus – Beerdigung / Рождение – взросление – свадьба – дети – дом – похороны; Geburt – Tauffest – Beerdigung / Рождение, крестины, похороны; Geburt der Kinder – ihre Erziehung – Bildung der Kinder und Berufskarriere der Eltern – Reife – Geburt der Enkelkinder / Рождение детей – их воспитание – образование детей и профессиональный рост родителей – зрелость – рождение внуков*.

Семья характеризуется с точки зрения настоящего, будущего и прошлого. *Über früheres Leben an der Wolga wurde in der Familie nicht erzählt, und die Gespräche mit den Eltern des Vaters und mit der Großmutter über Familienvergangenheit liefen darauf hinaus, dass es besser wäre, sich zwecks der eigenen Sicherheit daran nicht zu erinnern / О прошлой жизни на Волге в семье не распространялись, а разговоры и с родителями отца, и с бабушкой о прошлом семьи сводились к тому, что об этом лучше не вспоминать в целях собственной безопасности* [2, с. 25; семья Крайсман]; *Nach überlebten Erniedrigungen und Schrecken der Deportation, nach den Jahren der Zurückgezogenheit und der Vergessenheit, indem man keine Kräfte das Vergangene zu verzeihen und zu vergessen hat, verbindet der bedeutende Teil der Russlanddeutschen ihre Zukunft mit Deutschland... / Пережив унижение и ужасы депортации, годы отчуждения и забвения, не найдя в себе силы простить и забыть всё, что было, значительная часть немцев связывает свое будущее с Германией* [2, с. 41; семья Шлегель].

Печальные события, связанные с репрессией, российские немцы рассматривают как испытание сверху, которое нужно было пройти достойно. *Für meinen Großvater war das ein sibirisches Städtchen Asino, Beregaewskii Forstwirtschaftsbetrieb und das Baumfällen in Taiga /.../ Er wurde sofort Brigadier, obwohl er sich mit der Holzbeschaffung nie bevor beschäftigte. Es fehlte an Erfahrung, aber mein Opa hatte Verstand und Arbeitsgewohnheit. Er orientierte sich über eine Sache und seine Brigade konnte schon die Norm übererfüllen, weil sie vom Morgengrauen bis zum Sonnenuntergang arbeiteten. Und nicht nur wegen des täglichen Brots... Mein Großvater und seine Kameraden hatten die Absicht zu beweisen, dass sie keine Feinde sind, sondern auch Kinder ihres Landes wie alle anderen. Es ist schwer vorzustellen, aber für meinen Opa war diese Zwangsarbeit nicht sklavisch. Er glaubte daran, dass er einer gerechten Sache half und alle Ungerechtigkeiten ein Fehler und nichts mehr sind / А ждали дедушку городок Асино, баржа, Берегаевский леспромхоз и работа в тайге вальщиком леса /.../ Судьбу свою он принял как испытание свыше и сразу стал бригадиром на лесозаготовках, которыми в жизни не занимался. Сноровки не было, но была привычка к труду и голова на плечах. Присматривался он к местным лесорубам месяц-другой, а потом и норму его бригада стала давать, и две, и даже три, потому что работали от рассвета до заката. И не за один хлеб насыщий. Очень хотел и дедушка, и его товарищи доказать, что никакие они не враги, а такие же дети своей страны, как и все остальные. Он верил, что помогает правому делу, что все несправедливости – ошибка и не больше* [2, с. 38; семья Бауэр].

Семья характеризуется сменой поколений во времени из прошлого через настоящее в будущее. Так, Familie оставляет после себя Kinder, Enkelkinder, nächste Generation. Лексемы Generation, Geschlecht, Nachkommen имплицитно указывают на линейность времени.

Выделяются пространственные метафоры FAMILIE. В сознании немецкого субэтноса семья сравнивается с глобальным образом космоса и вербализуется лексемой Galaxis. FAMILIE измеряется одновременно большим и маленьким, мировым и личностным масштабом: *Welt-Leben, kleine Welt, Innenwelt*. Пространственные метафоры дополняются социальными и артефактными метафорами: *Staat, Zelle*.

Одно из распространенных сравнений семьи и ее истории – с дорогой: *Die Familie meiner Mutter, d.h. meine Großeltern mütterlicherseits, musste einen schwierigen Weg durchgehen / Семье моей мамы, то есть моим бабушке и дедушке, пришлось пройти нелегкий путь* [2, с. 66; семья Битц].

Замкнутость внутреннего мира семьи осознается также через пространственную метафору *der Kreis / круг*: *Die Russlanddeutschen laden zu Gäste nicht besonders gern ein, sie mögen lieber außer Haus gemeinsam feiern Zu Hause feiern sie im engen Kreis der Familie / Российские немцы не очень любят звать к себе в гости домой, больше любят совместные праздники вне дома. Дома охотнее празднуют в узком кругу семьи*.

Метафоры, соотносящиеся со значением смены погоды и времени года (*Wetterwechsel, Jahreszeitwechsel*), выражают перемену настроения членов семьи, семейные ссоры и беды (*Katastrophen*).

Концепт FAMILIE обладает также предметно-вещественными признаками. Так, по результатам направленного эксперимента, семью уподобляют сокровищу (*Schatz*), сосуду (*Behälter*), ячейке (*Zelle*) и т. п.

Так же, как артефакт, семью можно приобрести: *Die älteren Kinder hatten schon eigene Familien und kleine Kinder / Старшие дети уже обзавелись своими семьями, имели маленьких детей* [2, с. 21; семья Гайль]. Семья хрупкая: может разбиться, разрушиться. Так, по показаниям информанта, *Familie – das ist eine sehr zerbrechliche Zelle, die manchmal Schicksalsschläge hat (Krankheiten, Streitigkeiten, Unverstand, Untreue) / Семья – это довольно хрупкая ячейка, которая порой подвергается испытаниям (болезни, ссоры, непонимание, измена)*.

Семью, подобно вещам, предметам, можно выгрузить: *Die Großmutter (sie war damals nur 16 Jahre alt) mit ihrer Mutter wurde durch Mittelasien in die Stadt Semipalatinsk verbannt. Mit dem Lastkahn fuhren sie den Irtysh hinunter bis zur Siedlung Lebjashje, am 7. November fror der Irtysh zu, sie wurden vom Lastkahn ausgeladen / Бабушку (ей было всего 16 лет) с ее мамой отправили через Среднюю Азию до г. Семипалатинска. Погрузили на баржу и по Иртышу отправили до с. Лебяжье. 7 ноября Иртыш замерз, их выгрузили с баржи* [2, с. 75–76; семья Брейтмейер]. Как предмет-собственность, семью можно бросить, оставить: *Mein Vater verließ seine Familie und sie lebten ohne Eheschein zusammen / Мой отец оставил свою семью и жил с нею, как теперь говорят, гражданским браком* [2, с. 48; семья Райс].

FAMILIE осознается также через пространственно-артефактные метафорические и метонимические единицы, обозначающие какое-либо сооружение: дом (*Haus*), крепость (*Zuflucht*), тыл (*Rücken*), пирамиду (*Pyramide*).

Das Haus – это главная и метонимическая, и метафорическая единица. В этом случае происходит перенос с конкретного на абстрактное, и образ дома в сознании немецкого субэтноса начинает осознаваться как метафора. В экспериментальном материале называются разные части и признаки дома: *Die deutsche Familie das ist ein Haus: es gibt Fundament und das sind unsere Vorfahren, Wurzeln; es gibt einen Ofen und das ist Liebe, die das Zentrum des Hauses ist, sie erwärmt die Bewohner und die Gäste dieses Hauses, sie macht das Haus gemütlich; es gibt Holzstämme / Ziegel und das sind Mitglieder der Familie; es gibt Zement, der alle verbindet und das sind Traditionen und Achtung / Немецкая Familie – это дом: есть фундамент – это наши предки, корни; есть печь – это любовь, которая является центром дома, согревает его обитателей и гостей, делает дом уютным; есть бревна / кирпичики – это члены семьи; есть цемент, который их связывает, – это традиции и уважение*.

Дом предполагает определенную атрибутику (*das Heim / домашний очаг, der Tisch / стол, der Teppich / ковер*), создающую *die Gemütlichkeit / уют*.

Лишившись своего собственного, настоящего дома, немецкая семья могла заболеть, умереть: *Die ersten drei Jahre wohnten wir in den Erdhütten. An diesen Alptraum erinnere ich mich schon. Kälte, Hunger, Feuchtigkeit, Läuse, gegen die wir umsonst zu kämpfen versuchten – das alles führte zu den traurigen Folgen. Im Laufe von drei Jahren starben meine Großmutter, meine Tante und ihre kleine Tochter hintereinander. Im Frühling 1945 kam mein Großvater um / Первые три года мы жили в землянках. Этот кошмар я уже помню. Холод, голод, сырость, вши, с которыми пытались бороться, но тщетно, всё привело к печальным итогам. За три года друг за другом умерли бабушка, тетя и ее маленькая дочка. Весной 1945 года умер дед* [2, с. 48–49; семья Райс].

Семья также уподобляется крепости: *Und es ist gut, dass ich meine Zuflucht hatte und habe. Das sind meine Eltern, mein Zuhause, wo ich mich immer wohl fühle / И хорошо, что у меня есть моя крепость – мои родители, мой дом, в котором всегда тепло и уютно* [2, с. 60; семья Рукс]. Семья – это защита человека сзади, это хороший тыл. Ее, как сооружение, необходимо создавать, строить, и тогда «из камней возникает пирамида».

Итак, в основе метафорического и метонимического слоя концепта FAMILIE лежат биоморфные, социальные, пространственные, событийно-временные и предметно-вещественные признаки.

Многие ассоциативные вторичные образы, связанные с семьей, являются универсальными и отмечаются в разных культурах: *дерево, гнездо, дом, очаг, сокровище, ячейка, человек, кровь, дорога, галактика / вселенная, государство, микрокосм / внутренний, маленький мир* и др. (см. работы Н. Н. Занегиной, Е. А. Кострубиной, М. В. Матвеевой, А. Рахмат, Н. Н. Рухленко, М. А. Терпак и др.).

Некоторые ассоциативные вторичные образы, легшие в основу переносных смыслов, относящихся к FAMILIE, можно считать общенемецкими, например: *das Weihnachten, das Ostern, die Pyramide, der Rücken*.

Следует подчеркнуть, что многие универсальные и общенемецкие метафоры обладают субэтноспецифичностью. Так, можно предположить, что соотносительность семьи с *das Dorf, die Erde, der Boden* характерна лишь для лингвокультуры российских немцев.

Сравнивая наши наблюдения и наблюдения исследователей других языков (см., в частности, [4]), можно отметить, что немецкая семья менее эмоциональна, более замкнута, закрыта для посторонних. В ней сохраняются религиозные основы, царит культ труда, порядка, экономности, подчинения правилам. Мерилом благополучия семьи считается высокий уровень дохода.

Выявленная метафорика и метонимия свидетельствует о специфике ценностных составляющих FAMILIE. Российские немцы никогда не воспринимают семью как *игру, пазлы, театр, эксперимент*. В

отличие от немецкого этнического сознания, где семья может осознаваться как *война, плен, тюрьма, западня, дьявольский круг* [5], и в отличие от русского этнического сознания, где семья может осознаваться как *узы, цепи, тюрьма* [6], *омут* [7], в сознании представителей немецкого субэтнуса Сибири 'семья' вызывает лишь положительные ассоциаты. Familie для российских немцев не только оптимальная форма человеческого существования, возможность продолжения рода, но и способ выживания в трудных условиях и защиты от внешних обстоятельств, место бытового и душевного комфорта, обретения счастья.

Так или иначе установление универсальных (общечеловеческих), общенациональных, субэтнических черт изучаемого концепта предусматривает в будущем как новый уровень обобщения результатов конкретных исследований, так и широкое развертывание сопоставительных исследований.

Список использованных источников

1. Богословская З. М. Исследование коллективного (узуального) и индивидуального языка и культуры российских немцев Томской области // Вестник науки Сибири. – 2014. – № 4 (14). – С. 185–189.
2. Помни имя свое. Entsinne dich deines Namens / Ред.: И.В. Крайсман. – Томск, 2008. – 90 с.
3. Щеголихина Ю. В. Результаты психолингвистического свободного эксперимента в среде российских немцев Сибири // Вестник науки Сибири. – 2014. – № 4 (14). – С. 213–217.
4. Биктагирова З. А. Концепт «Семья» в паремиологии английского, турецкого и татарского языков: автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Казань, 2007. – 24 с.
5. Гуляшова Г. А. Концепт «Familie» в немецкой языковой картине мира: на материале текстов нормативного и публицистического дискурсов: автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Кемерово, 2007. – 23 с.
6. Киреева Е. З. Концепт «Семья» в романе Л. Н. Толстого «Анна Каренина»: автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Елец, 2008. – 22 с.
7. Добровольская Е. В. Концептуализация семьи в русской языковой картине мира: автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Новосибирск, 2005. – 24 с.

Богословская З. М., д-р филол. наук, профессор
Национальный исследовательский Томский политехнический университет
E-mail: matinovna@tpu.ru

Щеголихина Ю. В., преподаватель
Национальный исследовательский Томский политехнический университет
E-mail: julia-tcheg@tpu.ru

Bogoslovskaya Z. M., Shchegolikhina Y. V.

METAPHOR-METONYMY COMPONENTS OF FAMILIE AS UNITS OF SPHERE OF CONCEPTS OF RUSSIAN GERMANS IN SIBERIA

FAMILIE refers to the mental-cultural formations, which have not been investigated yet in the section of national Germanistics, which is devoted to the description of linguo-cognitive and linguo-culturological features of Russian Germans. The focus of the authors – explication of the concept FAMILIE in a linguistic view of the world of Russian Germans in Siberia. On the basis of summarizing the results of psycholinguistic and sociolinguistic experiment, as well as contextual analysis of biographical stories of the representatives of the German ethnic community a set of metaphor-metonymy components of studied concept is revealed first.

Keywords: *representation of the commonplace language consciousness, German subethnos of Siberia, figurative senses of culturally laden concept FAMILIE.*

Bogoslovskaya Z. M., PhD in Philology, Professor
National Research Tomsk Polytechnic University
E-mail: matinovna@tpu.ru

Shchegolikhina Y. V., senior lecturer
National Research Tomsk Polytechnic University
E-mail: julia-tcheg@tpu.ru

Захарова У. С.

ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИХ РЕПРЕЗЕНТАНТОВ СМЫСЛА «СИМПАТИЯ К СИЛЬНОМУ / СЛАБОМУ» КУЛЬТУРНОГО ИЗМЕРЕНИЯ «МАСКУЛИННОСТЬ / ФЕМИНИННОСТЬ»

Теория культурных измерений активно привлекается во многие социогуманитарные исследования, но в данной работе впервые совершен переход на глубинный уровень культурного измерения, т. к. анализу подвергаются скрытые смыслы, на основе которых и сформулированы эти измерения. В статье представлены результаты

лингвокультурологического анализа маркирования одного из скрытых смыслов оппозиции «маскулинность / фемининность» – «симпатия к сильному / слабому» – в русской и английской фразеологии. Методика включает количественный анализ разработанности смысла и семантический анализ фразеологизмов. Полученные результаты демонстрируют расхождение с результатами социопсихологического исследования, но выявляют степень актуальности смыслов в рассматриваемых лингвокультурах.

Ключевые слова: лингвокультурология, теория культурных измерений, Герт Хофстеде, маскулинность, фемининность, фразеология, языковая репрезентация, сила, слабость, русский язык, английский язык.

В 1980 г. вышла монография в свет голландского социального психолога Г. Хофстеде, в которой была предложена очередная теория, систематизирующая информацию о национальных культурных особенностях. В этой теории, теории культурных измерений, автор на основе результатов многофакторного статистического анализа сформулировал на настоящий момент шесть различий между обществами, которые влияют на социологические и психологические процессы внутри этих обществ: *индивидуализм / коллективизм, большая / малая дистанция власти, высокая / низкая степень избегания неопределенности, долгосрочное / краткосрочное планирование, потакание / ограничение и маскулинность / фемининность* [1]. Наше исследование посвящено последнему измерению, которое фиксирует различие между национальными культурами, представители которых более склонны к традиционно мужским ценностям (маскулинные культуры), и культурами, для носителей которых более важны традиционно женские ценности (фемининные культуры) [2]. Всего, согласно Г. Хофстеде и его последователям, существует 129 смыслов, противопоставляющих первые культуры вторым. Наша цель состояла в определении языковой маркированности этих смыслов в двух языках – русском, как национальном языке в России, и в английском, как самом часто изучаемом иностранном языке в нашей стране. Согласно результатам социопсихологического анализа, индекс маскулинности этих национальных культур очень различен (Россия – 36 из 100, Великобритания 66 из 100). Исходя из этого, мы сформулировали гипотезу: результаты лингвокультурологического анализа будут коррелировать с результатами социопсихологического, т. е. русские языковые единицы будут репрезентировать фемининные смыслы, а английские – маскулинные. В данной статье представлены результаты анализа репрезентации всего одного смысла «симпатия к сильному» в маскулинной культуре и его инварианта в фемининной культуре – «симпатия к слабому» – во фразеологическом фонде интересующих нас языков.

Анализ репрезентации скрытых культурных смыслов, разработанный нами, включает следующие этапы: сплошная выборка репрезентантов из фразеологических аутентичных словарей [3; 4], количественный анализ разработанности смысла и дефиниционный анализ.

Критерий отбора репрезентантов на первом этапе – наличие во фразеологической единице (ФЕ) или ее дефиниции ключевого слова смысла. По аналогии с термином *ключевое слово культуры* А. Вежбицкой [5], это слово актуализирует скрытый смысл. Так, ключевым словом смысла «симпатия к сильному» является слово *сила* и его производные, а смысла «симпатия к слабому» – слово *слабость* и его производные.

В выборку репрезентантов маскулинного смысла были включены лишь те фразеологизмы, в которых слово *сила* имеет значения «физическая энергия человека, животного» и «способность человека к проявлению умственных или душевных свойств» [6]. То есть фразеологизмы «сильно» (очень), «в силу» (вследствие, по причине чего-либо), «в силу вещей» (из-за сложившихся обстоятельств, условий) и другие подобные нами не анализировались. В английском языке *strength* – это «the quality or state of being physically strong» (качество или состояние физически сильного) [7].

Так же, как и на этапе выборки репрезентантов маскулинного смысла, мы включили в число анализируемых ФЕ лишь те, в которых слово *слабость* и его производные обозначают «недостаток физических сил», «малодушие» и «недостаток, несовершенство» [6].

В результате выборки было установлено, что смысл «симпатия к сильному» репрезентируется в 26 русских и 9 английских ФЕ, а «симпатия к слабому» – в 15 русских ФЕ и 1 английской.

Далее представлен дефиниционный анализ выявленных языковых единиц.

I. Анализ репрезентации маскулинного смысла «симпатия к сильному»

Маскулинный смысл «симпатия к сильному», по нашему мнению, проявляется в таких компонентах значения языковых единиц, как важность силы, ее одобрение, многогранность ее проявления и подобные. Таким образом, при анализе нам важна разработанность смысла и характер его репрезентации во фразеологии (прямые, опосредованные, первого и второго порядка).

В семантике выявленных нами фразеологизмов были выявлены следующие компоненты, актуализирующие многообразие проявления силы: *способность подчинить других людей своей воле* (5 русских и 1 английской ФЕ), *наличие ресурсов для действия* (20 рус. и 5 англ. ФЕ) и *самообладание* (1 рус. ФЕ, 3 англ. ФЕ). Все они, по нашему мнению, репрезентируют симпатию к сильному в равной мере. Рассмотрим характер репрезентации смысла «симпатия к сильному» на материале русского и английского языков, распределив лексические единицы в группы: прямые / опосредованные репрезентанты, первого / второго порядка.

Если одним из элементов фразеологизма выступает слово *сила* или его производные и отрицательная семантика этой ФЕ не выявлена, мы относим данный фразеологизм к *прямым репрезентантам первого порядка* смысла «симпатия к сильному». Если семантика фразеологизма положительная, но слово *сила* входит не в состав фразеологизма, а используется в его дефиниции, то мы относим эту ФЕ к репрезентантам

второго порядка. Фразеологизмы, в которых присутствует слово *слабость* или его производные, но они являются неодобрительными, относятся нами также к репрезентантам маскулинного смысла, но **опосредованным**, т. е. «от обратного». Если в ФЕ или ее дефиниции каким-либо образом актуализируется сила в качестве нормы, ФЕ также относится к репрезентантам маскулинного смысла. Например, *Achilles' heel* (слабость в чем-то характере, которая причиняет им проблемы, или слабая часть места, системы, аргумента и т. д., которую можно легко атаковать или раскритиковать) и *ахиллесова пята* (наиболее уязвимое место у кого-либо; уязвимый – плохо защищенный, неспособный выдержать удар, оказать сопротивление, такой, которого легко поразить). И английский, и русский фразеологизмы объясняются через неспособность дать отпор, т. е. проявить силу, значит, проявление силы – это норма и потому, обе эти ФЕ относятся к репрезентантам маскулинного смысла.

Следует подчеркнуть, что, рассматривая бинарную оппозицию двух ценностей, мы полагаем, что отрицательная оценка слабости является подтверждением актуальности обратного качества – силы. При этом мы признаем, что в этом подходе есть доля допущения и, выбрав такое решение задачи, мы игнорируем тот факт, что могут быть национальные культуры, в которых нормой является отсутствие проявления как силы, так и слабости. Опосредованные репрезентанты симпатии к силе через неодобрение слабости также разделяются нами на репрезентанты первого (если слово *слабый* является элементом фразеологизма) и второго порядка (если слово *слабый* является элементом дефиниции ФЕ).

Описанным выше образом **в русском языке** выявлены следующие репрезентанты смысла «симпатия к сильному» (подчеркнуты слова, послужившие основанием для определения ФЕ в ту или иную группу):

- **прямые репрезентанты первого порядка:** *брать (забирать, взять, забрать) силу* (приобретать влияние, власть; крепнуть, усиливаться), *во всю силу / мочь* (с предельным напряжением, интенсивностью (делать что-либо)), *что есть силы* (2. С предельным напряжением, интенсивностью (делать что-либо)), *через силу* (с большим трудом, пересиливая себя (делать что-либо)), *в силе* (1. Наделен физической и духовной энергией; работоспособен. 2. Облечен властью, пользуется влиянием), *сильные мира сего* (самые влиятельные, могущественные люди, занимающие высокое общественное положение), *не по силам* (не хватает, недостает умения, способностей и т. п. на что-либо), *не в силу* (не хватает, недостает умения, способностей и т. п. на что-либо), *не под силу* (1. Совершенно невозможно, тяжело, очень трудно (сделать что-либо). 2. Не хватает, недостает умения, способностей и т. п. на что-либо), *собираться с силами* (перебарывая, преодолевая в себе страх, робость, неуверенность и т. п., решаться на что-либо);

- **прямые репрезентанты второго порядка:** *гог и магог (гога и магога)* (человек влиятельный, сильный, всемогущий), *задавать / давать перцу / чесу (ческу)* и *задавать / показывать феферу (пфеферу)* (распекать, бранить, наказывать, обычно давая почувствовать свою силу, власть и т. п.), *есть еще порох в пороховницах* (полон сил, энергии для того, чтобы сделать что-либо, способен совершить что-либо), *разбиваться / расшибаться в лепешку* (приложить все усилия, сделать почти невозможное для достижения, осуществления чего-либо), *по плечу* (доступен для выполнения или понимания; соответствует чьим-либо силам, способностям, возможностям), *пороху не хватает* (недостает сил, энергии, воли и т. п. для выполнения, осуществления чего-либо), *пока ноги несут* ((Пока) есть силы идти, двигаться и т. п.), *в поте лица* (с большим усердием, напряжением, прилагая все силы (работать, трудиться и т. п.)), *потом и кровью* (ценой величайших усилий, тяжким трудом (добывать, доставаться и т. п.)), *семь потов сошло* (затрачено много усилий кем-либо для выполнения, осуществления чего-либо), *брать / взять / забрать голыми руками* (овладевать, захватывать без особого труда, без особых усилий);

- **опосредованные репрезентанты первого порядка** *слабая струнка (струна)* (наиболее чувствительное, уязвимое место, сторона характера, на которую легко воздействовать);

- **опосредованные репрезентанты второго порядка:** *ахиллесова пята* (наиболее уязвимое место у кого-либо; уязвимый – плохо защищенный, неспособный выдержать удар, оказать сопротивление, такой, который легко поразить), *соплей перешибешь* (слабосилен, тщедушен; такой, что можно легко с ним справиться), *кишка тонка* (не хватает сил, способностей и т. п., чтобы сделать что-либо), *тепличное растение* (слабый, изнеженный человек), *колосс на глиняных ногах* (что-либо с виду величественное, внушительное, но по существу своему слабое, легко разрушающееся).

В **английском языке** выявлены следующие репрезентанты смысла «симпатия к сильному»:

- **прямые репрезентанты первого порядка:** *strong as a horse* (некто очень силен или здоров);
- **прямые репрезентанты второго порядка:** *as sound as a bell* (абсолютно сильный и здоровый), *be/go at it hammer and tongs* (сделать что-то, особенно драться или спорить, прилагая большое количество энергии и силы), *built like a tank* (некто с широкой грудью, плечами и т. д. и выглядит очень сильным);

- **опосредованные репрезентанты первого порядка** отсутствуют;

- **опосредованные репрезентанты второго порядка:** *mother's / tummy's / mama's boy* (о мужчине или мальчике, которые позволяют своей маме слишком их защищать, и это расценивается как слабость), *fray at / around the edges* (стать слабее, менее эффективным или постепенно разрушаться) – досл. «изнашиваться по краям» – подразумевает, что нормой является наличие силы, *be milk and water* (кто-то или что-то слаб и не показывает сильные убеждения), *a man of straw* (незначительный человек, который не имеет силы, или некто со слабым характером), *Achilles' heel* (слабость в чем-то характере, которая причиняет им проблемы, или слабая часть места, системы, аргумента и т. д., которую можно легко атаковать или раскритиковать).

В дефинициях ФЕ, опосредованных репрезентантах маскулинного смысла, в обоих языках актуализируется понятие *слабость*, но они отнесены к репрезентантам «симпатии к сильному», поскольку в них также есть слова, выражающие неодобрительное отношение к человеку, в отношении которого используются эти фразеологизмы: *соплей* и *слишком*, соответственно.

Таким образом, количество репрезентантов демонстрирует актуальность смысла «симпатия к сильному» для носителей русской культуры, в меньшей степени – для английской (26 ФЕ против 9). В русском языке выявлено больше прямых репрезентантов, в английском языке – опосредованных. В выборке доминируют репрезентанты, выражающие компонент значения ФЕ «сила – наличие ресурсов для действия». Все выявленные компоненты значения ФЕ, репрезентирующих смысл «симпатия к сильному», соответствуют другим маскулинным смыслам, таким как «ориентация на себя», «акцент на том, что ты делаешь», «мужчинам следует, а женщины могут быть самоуверенными и амбициозными», «ценность жесткости». На этом основании можно сделать вывод, что результаты анализа фразеологической репрезентации смысла «симпатия к сильному» свидетельствуют о высокой склонности представителей русской культуры к маскулинному смыслу, низкой – представителей английской культуры.

II. Анализ репрезентации фемининного смысла «симпатия к слабому»

Репрезентанты этого смысла разделяются на группы на основе своеобразия смыслов, актуализирующих интерпретацию слабости в русской и английской культурах. Всего выделились 4 группы, по нашему мнению, имеющие значение для выявления репрезентации фемининного смысла, сформулированного Г. Хофстеде: **невозможность изменить ситуацию** (5 рус. ФЕ, 0 англ. ФЕ), **неспособность изменить ситуацию** (10 рус. ФЕ, 0 англ. ФЕ) (ФЕ первой группы актуализируют симпатию к слабому в большей степени, т. к. ответственность за исход ситуации с субъекта снимается, ФЕ второй группы актуализируют культурный смысл в меньшей мере, т. к. ответственность в той или иной мере лежит на субъекте) и **сильный – это ненормальный** (0 рус. ФЕ, 1 англ. ФЕ) (слабость актуализируется как норма, выражается неодобрением к проявлению силы). Отметим, что среди ФЕ, отнесенных к репрезентантам «симпатии к слабому», есть единицы со словом *сила* и его производными. Поводом для этого служит семантика фразеологизма: если сила представляется не конкурентным преимуществом, а лишь жизненно необходимым ресурсом, которого лишается человек, то данная ФЕ является репрезентантом смысла «симпатия к слабому» (например, *надрывать силы* – доводить до крайнего изнурения).

Рассмотрим семантику фразеологизмов-репрезентантов смысла «симпатия к слабому» более подробно.

В русском языке это следующие ФЕ:

- **прямые репрезентанты первого порядка** отсутствуют;

- **второго порядка:** *биться как рыба об лед* (тщетно, безрезультатно прилагать все усилия, чтобы выйти из бедственного материального положения; бедствовать), *хоть волком вой* (выражение отчаяния, бессилия, невозможности что-либо предпринять, чтобы выйти из затруднительного, тяжелого или безвыходного положения), *хоть в гроб ложись* (выражение отчаяния, бессилия, невозможности что-либо предпринять, чтобы выйти из затруднительного, тяжелого или безвыходного положения), *хоть в петлю лезь* (выражение отчаяния, бессилия, невозможности что-либо предпринять, чтобы выйти из затруднительного, тяжелого или безвыходного положения), *валиться из рук* (не удаваться, не ладиться из-за отсутствия соответствующего настроения, желания, сил и т. п.), *не видеть (не видать) света <белого>* (будучи обремененным непосильной работой, заботами и т. п., не знать покоя, отдыха, нормальной жизни), *едва (чуть, еле, насилу, с трудом) ноги волочить (передвигать, таскать, тянуть)* (очень медленно ходить, двигаться, обычно от усталости, слабости, болезни и т. п.), *едва на ногах стоит* (1. Очень слаб, обычно от болезни, усталости), *едва (еле) держаться (стоять) на ногах* (с трудом ходить, двигаться от сильной усталости, слабости, опьянения и т. п.), *ноги не держат* (кто-либо не может стоять от слабости, усталости, болезни и т. п.), *кровавый пот* (полное изнурение, изнеможение от непосильной работы), *крылья обрезаны* (кто-либо лишен возможности проявить себя, развернуть какую-либо деятельность, осуществить что-либо; кто-либо лишен веры в себя, в свои силы, возможности);

- **опосредованные репрезентанты первого порядка:** *выбиваться / выбиться из сил* (изнемогать, очень уставать от какой-либо работы, занятия и т. п.), *надрывать силы* (доводить до крайнего изнурения);

- **опосредованные репрезентанты второго порядка:** *сражаться с ветряными мельницами* (бессмысленно и безуспешно тратить силы в борьбе с мнимой опасностью, с воображаемыми препятствиями, трудностями).

В английском языке определен только 1 репрезентант, **опосредованный, второго порядка:** *built like a brick shit house* (грубое, кто-то большой, с широким телом и выглядит очень сильным).

Итак, количество фразеологических репрезентантов демонстрирует актуальность смысла «симпатия к слабому» для носителей русской культуры и отсутствие этой актуальности для носителей английской культуры (15 ФЕ против 1). В русском языке выявлено наибольшее количество прямых репрезентантов второго порядка. В выборке доминируют репрезентанты, выражающие компонент значения ФЕ «слабость – неспособность изменить ситуацию». Все выявленные компоненты значения ФЕ, репрезентирующих смысл «симпатия к слабому», соответствуют другим фемининным смыслам. На этом основании можно сделать вывод, что результаты анализа фразеологической репрезентации смысла «симпатия к слабому» коррелируют с выводами Г. Хофстеде о склонности представителей русской культуры к фемининному смыслу.

Вывод. Количество русских репрезентантов маскулинного смысла составило 25 (0,625 % от объема фразеологического словаря), фемининного – 15 (0,375 %). Количество же английских ФЕ репрезентантов составило 9 (0,15 %) и 1 (0,017 %) соответственно.

Таким образом, результаты количественного анализа показывают, что представители русской лингвокультуры склонны к вербальному обозначению как маскулинного смысла, так и фемининного. Во фразеологическом фонде английского языка также насчитывается больше репрезентантов смысла «симпатия к сильному», но процент этих репрезентантов в языке очень низок (0,15 %), так что можно считать, что репрезентация ни одного, ни другого смысла в английском языке не актуализирована на уровне культурной особенности.

Качественный анализ компонентов значения силы в английском фразеологическом фонде показал, что эта черта человека ассоциируется (в порядке снижения актуальности) с *наличием ресурсов для действия, самообладанием и подчинением других людей своей воле*. В русской фразеологии сила имеет такие компоненты значения, как *наличие ресурсов, подчинение других людей своей воле, самообладание*.

Семантика слабости, репрезентированная в русских фразеологизмах, включает *неспособность* или *невозможность изменить ситуацию*. В семантике английских фразеологизмов *слабость интерпретируется как норма, а сила – отклонение от нее*.

Выводы нашего лингвокультурологического исследования о склонности русских к проявлению симпатии к слабому расходятся с выводами Г. Хофстеде в результате социологического исследования о низком уровне маскулинности русской культуры. В английской фразеологии выявлено малое количество репрезентантов обоих противоположных смыслов, так что мы считаем, что актуализация смыслов на данном материале не проявилась.

Список использованных источников

1. Hofstede G. Culture's consequences: International differences in work-related values. – New-bury Park, CA: SAGE Publications Inc., 1980. – С. xvi.
2. Hofstede G. Masculinity and Femininity: The taboo dimension of national cultures, 1998. SAGE Publications Inc. – 238 p.
3. Фразеологический словарь русского языка / Сост. Л. А. Войнова, В. П. Жуков, А. И. Молотков, А. И. Федоров; Под ред. А. И. Молоткова. (Свыше 4000 слов, статей) – М.: «Советская энциклопедия», 1968. – 543 с.
4. Longman Idioms Dictionary. – Addison Wesley Longman Limited, 1998. – 398 p.
5. Вежицкая А. Понимание культур через посредство ключевых слов / пер. с англ. А. Д. Шмелева. – М.: Языки славянской культуры, 2001. – 288 с.
6. Словарь современного русского литературного языка. В 17-ти т. / Гл. ред. В. И. Чернышев. — М.; Л.: Изд-во Академии Наук СССР, 1950-1965.
7. Oxford Dictionaries Online <http://oxforddictionaries.com>.

Научный руководитель З. И. Резанова, д-р филол. наук, профессор ТГУ

Захарова У. С., аспирант, преподаватель

Национальный исследовательский Томский государственный университет

E-mail: ulyana.zakharova@gmail.com

Zakharova U. S.

LINGUACULTURAL ANALYSIS OF THE «SYMPATHY TO THE STRONG / TO THE WEAK» HIDDEN VALUE PHRASEOLOGICAL REPRESENTATIVES OF THE «MASCULINITY / FEMININITY» CULTURAL DIMENSION

Many researches in the sphere of social and humanitarian studies use the cultural dimensions theory but in this study we go deep into these dimensions in particular 'the masculinity / femininity' one, analyzing hidden values that they are based on. This article is devoted to the results of linguacultural analysis of the 'sympathy to the strong / to the weak' value labeling in the Russian and English phrasicon. The methodology includes a quantitative analysis of the value elaboration and a semantic analysis of phraseological units. The findings show some difference with those in the end of the sociopsychological survey but reveal the degree of relevance of the values in the considered linguacultures.

Keywords: *language and culture studies, cultural dimensions theory, Geert Hofstede, masculinity, femininity, phraseology, language representation, strength, weakness, Russian, English.*

Zakharova U. S., graduate student, senior lecturer

National Research Tomsk State University

E-mail: ulyana.zakharova@gmail.com

ОСОБЕННОСТИ МЕТАФОРИЧЕСКОГО МОДЕЛИРОВАНИЯ В РУССКОЙ И АНГЛИЙСКОЙ НЕФТЕГАЗОВОЙ ТЕРМИНОЛОГИИ

Настоящее исследование, выполненное в рамках когнитивного направления лингвистики, посвящено сопоставительному описанию основных особенностей русско- и англоязычных метафорических терминов нефтегазовой сферы. Выявлены основные сферы-источники метафорического переноса, определены национально-языковые особенности их представления.

Ключевые слова: метафорическая модель, сфера-источник, нефтегазовая терминология, научная картина мира.

Последние годы отмечены возрастающими темпами роста нефтегазодобывающей промышленности и корреляцией американских и российских отраслей данной сферы. Нефтегазовая отрасль задействует огромное количество персонала из различных областей, а также множество стран. Быстрое развитие сферы приводит к появлению новых технологий, оборудования, а соответственно, и к многообразию новых терминов. По этой причине за последнее время возросло количество изданий новых словарей и энциклопедий, объясняющих данные понятия по-разному, что вызывает расхождение в интерпретации одного и того же термина, проблемы его понимания и, кроме того, проблемы его перевода, а соответственно, и трудности общения специалистов данной сферы. В этой связи представляется необходимым выявление основных тенденций ее развития, определение закономерностей семантической и структурной организации данной терминологии и превращения ее в терминологическую систему.

В последние десятилетия стала очевидна актуализация проблемы вариативности в языковой картине мира. В связи с этим всесторонне рассматривается вопрос о варьировании метафорических фрагментов картин мира. Метафора, ее функционирование и роль в науке становились объектом пристального внимания философов, психологов, логиков, лингвистов, методологов науки (см., например, работы Дж. Лакоффа, М. Джонсона, З. И. Резановой, В. Н. Телия). Развитие нефтяной терминологии изучается в разных аспектах и на различном материале: специфика межъязыковой асимметрии в профессиональном нефтяном подязыке изучается О. А. Морозовой [1]; лексическая составляющая дискурса специалиста-нефтяника рассматривается А. К. Сулеймановой [2]; термины общей геоморфологии описываются Э. Думитру [3]; исследование семантических и формально-структурных особенностей терминов нефтедобычи представлено в работах Е. Ш. Думитру [4]. Таким образом, актуальность предпринятого нами исследования определяется тем, что оно находится на пересечении проблематики моделирования картины мира и репрезентации метафоры в языке науки. Целью работы является выявление специфики когнитивных метафорических моделей, реализованных в системе русско- и англоязычных метафорических номинаций нефтегазовой сферы. Материалом послужили метафорические номинации, являющиеся частью терминосистемы нефтегазовой сферы. Основные источники материала – терминологические словари; дополнительные источники – толковые словари русского и английского языков. Всего проанализировано 234 метафорические номинации (96 терминов и 138 английских).

В результате проведенного исследования выявлены наиболее продуктивные метафорические модели нефтегазовой отрасли. Для этой цели было необходимо исследовать три компонента метафорической модели (далее ММ), а именно сферу-источник, сферу-мишень и основу метафорического уподобления (сдвига). Рассмотрим ММ, представленные в нефтегазовой терминологии сопоставляемых языков и выделяемые по сфере-источнику. Анализ материала позволил выявить в обоих языках 4 сферы-источника: Человек, Артефакт, Натурфакт и Абстрактные понятия. Рассмотрим распределение англоязычных метафорических номинаций по сферам-источникам.

1. Анализ англоязычного материала показал, что в соответствии с антропоцентрической картиной мира современного социума в нефтегазодобывающей отрасли наиболее продуктивной сферой-источником метафоризации является сфера **Человек (Man)** – 52 метафорические единицы (далее МЕ), что составляет 38 % от общего числа выявленных терминов.

В свою очередь, данная сфера подразделяется на субсферы, среди которых можно выделить следующие.

А. Части тела (Parts of body): всего 23 МЕ (44 %) (*head, sand face, skin, milled tooth bit, roughneck*).

Рассмотрим один из терминов более подробно: *Roughneck* имеет следующее терминологическое значение – «an employee of a drilling contractor who works on the drill floor under the direction of the driller» (рабочий буровой компании, который работает на полу буровой установки под руководством бурильщика). Данная МЕ состоит из двух слов, а именно: *Rough* – «having an uneven surface» (имеющий неровную поверхность, так же можно сказать, грубый или суровый) и *Neck* (шея) – «the part of your body that joins your head to your shoulders» (часть тела, которая соединяет голову с плечами). Сферой-донором служит часть тела, а именно шея.

Б. Действия человека (Human action): всего 21 МЕ (40 %) (*fishing, seal, short trip, scratcher, blow down*).

Например, термин *Fishing* (ловильные операции) в сфере нефти и газа обозначает: «an attempt to recover tools or drilling equipment ("fish") lost down hole» (попытка достать оставшееся в буровой скважине

оборудование). Словарное значение слова *Fishing* (рыбалка) – «the sport or business of catching fish» (спорт или бизнес ловли рыбы). Донорской сферой является действие, а именно ловля рыбы или рыбалка, свойственное только человеку.

В. Профессия (An occupation): 4 ME (8 %) (*flame arrestor, pilot hole, iron roughneck, thief zone*).

Терминологическая единица *Pilot hole* (направляющая скважина) означает «a small diameter hole which is later opened up to the required diameter» (скважина маленького диаметра, которая в дальнейшем расширяется до необходимого диаметра). Слово *Pilot* (пилот) означает «someone who operates the controls of an aircraft or spacecraft» (кто-либо, кто управляет летательным аппаратом. Сферой источником послужила профессия «пилот».

Г. Качества человека (Human traits): 2 ME (4 %) (*maturity, tolerance*).

Например: *Tolerance* (отклонение от проектного параметра) – «the degree of shift from the estimate of the mean property that the user can accept (e.g., $\pm 20\%$)» (степень отклонений от оценки имущества, которую пользователь может позволить). *Tolerance* (толерантность) – willingness to allow people to do, say, or believe what they want without criticizing them (желание позволять людям делать, говорить и верить в то, что они хотят, не критикуя их за это). Людей, обладающих толерантностью, мы называем толерантными, что является качеством человека. В данном примере качество, присущее человеку, служит сферой-источником.

Д. Семейные отношения (Family relationship): 1 ME (2 %) (*Seven sisters*).

В терминологическом словаре представлено следующее значение термина *Seven sisters* (Семь сестер): «the seven most influential oil companies, namely BP, Gulf, Royal Dutch/Shell, Standard Oil New Jersey (Exxon), Standard Oil of California (Chevron), Standard Oil New York (Mobil) and Texaco» (семь самых влиятельных нефтяных компаний). В толковом словаре слово *Sister* (сестра) описано как «a girl or woman who has the same parents as you» (девушка или женщина, у которой те же родители, что и у тебя). В соответствии с этим, сферой-источником метафорической модели являются семейные отношения.

Е. Процессы, протекающие в теле человека (Processes in body): 1 ME (2 %) (*Bleeding*).

Данная ME *Bleeding* (вытекание) в нефтегазовой отрасли трактуется как «to withdraw a small portion of the contained liquid from a line or vessel at a slow rate» (медленное вытекание небольшого количества жидкости из трубы или цистерны). Прямое лексическое значение *Bleeding* (кровотечение) – это «blood loss» (потеря крови). Кровотечение является процессом, протекающим в теле человека, что в данном случае и служит донорской сферой.

2. Такой же по количеству репрезентаций является сфера **Артефакт (Artifact)** – 52 метафоры (38 %).

Данная сфера подразделяется на субсферы, среди которых представлены следующие.

А. Инсталляции (Installation): 26 ME (50 %) (*steam trap, crown, pinch and out trap, drilling string, dog-house*).

Рассмотрим один из терминов более подробно: *Doghouse* (вагончик – бытовка) – «a small shelter located on the rig floor for use by the drilling crew» (небольшое помещение, расположенное на полу буровой установки, используемое буровой бригадой). Лексическое значение слова *Doghouse* (собачья будка) – «a dog's kennel» (собачья конура). Для данной метафорической единицы сферой-источником послужила инсталляция «собачья будка».

Б. Одежда (Clothes): 14 ME (27 %) (*drill collars, gas cap, bubble cap, jacket leg, jacket platform*).

Например, термин *Jacket platform* (основание каркасной конструкции) – «a platform constructed entirely of steel, such platforms are generally kept in position by means of steel piles driven into the sea bed» (платформа, сконструированная полностью из стали. Такие платформы в основном держатся за счет стальных колонн, уходящих в морское дно). Слово *platform* не является ME и переводится дословно как «платформа, основание». Слово *Jacket* выступает как ME в нефтегазовом дискурсе. Словарное значение звучит следующим образом: «a short, light coat» (короткое легкое пальто). В соответствии с этим сферой-источником является одежда.

В. Предметы быта (House ware): 10 ME (19 %) (*pin, swab, broom, bumper jar, plate, red beds*).

Рассмотрим данную субсферу на примере терминологической номинации нефтегазовой отрасли *Broom* – «a large North Sea Oil Field» (огромное нефтяное месторождение в Северном океане). Словарь английского языка трактует *Broom* как «a large brush with a long handle, used for sweeping floors» (большая щетка с длинной ручкой, используемая для подметания полов). А значит, сферой-источником метафорической модели являются предметы быта.

Г. Продукты питания (Foodstuff): 2 ME (4 %) (*Crust, Macaroni string*).

Например, нефтегазовый термин *Macaroni string* (насосно-компрессорная колонна труб малого диаметра) – «a small diameter string, usually attached to the outside of the tubing» (колонна небольшого диаметра, обычно прикреплённая к наружной части трубопровода). Слово *Macaroni* (макароны) означает: «a type of pasta in the shape of small tubes» (вид пасты в форме маленьких трубочек). Сферой-донором служит продукт питания – макароны.

3. Сфера **Натурфакт (Nature Fact)** содержит 29 ME (21 %).

Данная сфера была подразделена на субсферы, среди которых выделяются следующие.

А. Природа (Nature): 11 ME (38 %) (*moon pool, gas field, bottoms, core, wet tree, christmas tree*).

Рассмотрим данную субсферу на примере термина *Christmas tree* (фонтанная арматура), который означает «an array of pipes and valves fitted to a production wellhead to control the flow of oil or gas and prevent a

possible blowout» (ряд труб и клапанов, установленных в устье добывающей скважины, которые контролируют поток нефти и газа и предотвращают возможный выброс). В наивной картине мира *Christmas tree* (новогодняя елка) означает «an evergreen or artificial tree decorated with lights, tinsel, and other ornaments at Christmas» (вечнозеленое настоящее или искусственное дерево, украшенное гирляндами, мишурой и другими украшениями на Рождество). Сферой-источником метафорической модели является натурфакт, объект из живой среды (природы).

Б. Животные (Animals): 10 ME (35 %) (*fish, monkey-board, wildcat, badger bit, cat head*).

Терминологическая единица *Monkey-board* (площадка верхового) означает: «a high-level platform in the derrick on which the derrick man works» (высоко расположенная площадка на вышке для бурения, на которой работает верховой рабочий). Слово *Monkey* (обезьяна) в исходном значении трактуется как «a small brown animal with a long tail, which uses its hands to climb trees and lives in hot countries» (маленькое коричневое животное с длинным хвостом, которое использует свои лапы для взбирания по деревьям и живет в странах с жарким климатом). Сферой-источником является животное, а именно обезьяна.

В. Качество природных веществ (Quality): 7 ME (21 %) (*dry ammonia, hard water, sweet crude*).

Разберем термин *Sweet crude* (несернистая нефть): он определяется как «crude oil with a low sulphur content» (несернистая нефть с низким содержанием серы). Однако словарь английского языка слово *Sweet* определяет как «taste containing or having a taste like sugar» (то, что на вкус как сахар). Качество послужило сферой-донором.

Г. Сущность (Essences): 1 ME (3,5 %) (*go-devil*).

Очень интересным и сложным термином является *Go-devil* (скребок для чистки нефтяных трубопроводов) – «a type of pig with self-adjusting blades used to clean the interior of pipelines» (вид ершика с автоматически регулируемые лезвиями, используемый для очистки внутренней части трубопроводов). За субсферу «сущность» здесь отвечает слово *Devil*, чье языковое значение: «the supreme spirit of evil; Satan» (высший дух зла, Сатана). Данное понятие идет из мифологии, что дает нам право предположить, что сферой-источником выступает «сущность».

4. В сфере **Абстрактные понятия (Abstract Phenomena)** насчитывается 5 ME (3 %) (*interpretation, brittle behavior, down time*).

Рассмотрим в качестве примера термин *Down time* (простойное время) – «time during which no drilling is possible due to adverse weather conditions, while downhole equipment is being changed, etc.» (время, в течение которого невозможны бурильные работы из-за погодных условий, пока идет смена оборудования и т. д.). Слово *Down* (вниз) в прямом значении трактуется как «to a lower position» (направляющийся вниз), является абстрактным. В соответствии с этим, сферой-источником служит сфера «абстрактные понятия».

Таким образом, в английской нефтегазовой терминологии наиболее широко представленной оказалась сфера Человек; наименьшее число ME, называющих нефтегазовые объекты, апеллирует к абстрактным понятиям.

Далее рассмотрим распределение **русскоязычных** метафорических номинаций по сферам-источникам. Анализ 96 русскоязычных метафорических терминов показал, что наиболее часто встречаются образы, принадлежащие следующим сферам-источникам.

1. К сфере **Человек** мы отнесли 45 ME (47 %).

Данная сфера была подразделена на субсферы.

А. Ощущения и состояния человека: 16 ME (35,5 %) (*тяжелая нефть, тощий газ* и др.).

Рассмотрим данную субсферу на примере термина *тощий газ*. Это «природный горючий газ из группы углеводородных, характеризующийся резким преобладанием в его составе метана». Однако лексическое значение *тощий* – *очень истощенный, худой (о человеке)*. Данное прилагательное применимо лишь к одушевленным предметам, в частности к человеку. Сферой-источником служит «физическое состояние человека».

Б. Действия, выполняемые человеком: 16 ME (35,5 %) (*вынос песка, сброс, наносы, забой*).

Возьмем термин финансовой деятельности нефтегазовой сферы *Брать на откуп* – «ситуация, при которой одна компания приобретает часть лицензии на поиск и разработку, оплачивая часть прошлых или будущих расходов другой компании, которая таким образом отказывается от части своих прав на поиск и разработку». Глагол *брать* означает «захватывать рукой (или каким-н. орудием, зубами), принимать в руки». Данное слово применимо к действиям, осуществляемым человеком. Сферой-источником метафорической модели является «действие, выполняемое человеком».

В. Части тела: 6 ME (13,5 %) (*образование языков, поры, головка шатуна, поршневой палец*).

Термин *поршневый палец* обозначает предмет, который представляет собой стальной полый цилиндр, поверхность которого упрочняется в процессе производства и имеет высокий класс чистоты механической обработки для уменьшения концентраторов напряжений. Словарь определяет *палец* как «конечный член руки и ноги человека». Сферой-источником метафорической модели является «часть тела».

Г. Семейные отношения: 4 ME (9 %) (*нефтематеринская свита, материнский пласт, нефтематеринская порода*).

Рассмотрим термин *материнский пласт* (*материнская порода*) – место исходного отложения остатков растений и животных. В прямом значении *мать* – это женщина по отношению к ее детям. Сферой-источником метафорической модели являются «семейные отношения».

Д. Профессия: 3 МЕ (6,5 %) (*репер, хелатообразующий агент, нефтеносная свита*).

Термин *хелатообразующий агент* имеет следующее значение: «органическое соединение, атомы которого образуют многочисленные связи с металлами в растворе». Исходное значение слова *агент* определяется как «представитель какой-л. организации, какого-л. учреждения, выполняющий служебные поручения». Сферой-источником метафорической модели является «профессия».

2. К сфере **Артефакт** мы отнесли 36 МЕ (37,5 %).

Данная сфера была подразделена на следующие субсферы.

А. Сооружения: 30 метафор (83,5 %) (*купол, мачта, наносная штанга, танк* и др.).

Рассмотрим данную субсферу на примере термина *купол* – «очень короткая антиклиналь, свод которой снижается во всех направлениях, может проходить сквозь вышележащие пласты». Лексическое значение определяется как «выпуклая крыша, свод в виде полушария». Сферой-источником метафорической модели является «сооружение».

Б. Одежда: 6 метафор (16,5 %) (*башимак, воротник бура, газовая шапка, подошва пласта* и др.).

Термин *подошва пласта* имеет следующее терминологическое значение: «поверхность, ограничивающая пласт (слой) внизу». Слово *подошва* вне нефтегазовой отрасли означает: «испод обуви, та часть, кою ступают на землю». Сферой-источником метафорической модели является «одежда».

3. Сфера **Натурфакт** содержит 9 метафорических терминов (9,5 %).

Данная сфера была подразделена на субсферы, среди которых выделяются следующие.

А. Животные: 5 МЕ (55,5 %) (*бык, медведь, медвежий рынок*).

Очень интересным термином является *рынок быков*, означающий ситуацию, при которой цены на рынке растут в течение длительного времени. В словаре русского языка *бык* означает «крупное жвачное парнокопытное животное семейства полорогих». Сфера-источник метафорической модели апеллирует к образу крупнорогатого животного.

Б. Природа: 4 МЕ (44,5 %) (*устье скважины, горизонтальная интеграция, горизонт*).

Термин *горизонт* имеет следующее значение: «слой или несколько слоев породы, которые предположительно образовывались последовательным образом». Исходное значение слова – «видимая граница (линия кажущегося соприкосновения) неба и земной или водной поверхности, а также небесное пространство над этой границей». Горизонт является природным явлением, а значит, мы можем предположить, что сферой-источником будет являться «природа».

4. К сфере **Абстрактные понятия** относятся 6 метафор (6 %) (*горизонтальная интеграция, вертикальная интеграция, регрессия* и др.).

Термин *регрессия* в нефтегазовой сфере имеет значение «отступление моря, океана. Образующееся при этом регрессивное залегание отложений литологически характеризуется появлением кверху в разрезе более крупнозернистых пород». За лексическую основу мы берем существительное *регресс*, которое означает «упадок в развитии, переход от более высоких форм развития к более низким». Понятие *регрессия* абстрактно, поэтому сферой-источником метафорической модели являются «абстрактные понятия».

Итак, анализ показал, что метафорические картины мира сравниваемых языков во многом пересекаются, но, тем не менее, не совпадают, расходясь, в частности, по количественным показателям. Интересным фактом является то, что наиболее употребляемой донорской сферой в английском и русском языках является сфера «Человек». Данный факт указывает на определяющую роль человека в области нефти и газа.

Разберем более подробно некоторые донорские сферы. В английской терминосистеме в сфере «Человек» доминирует субсфера «Части тела», однако в русском языке на первое место выступает субсфера «Ощущения и состояния человека». Данный факт указывает на различия в мировосприятии англоговорящего и русскоговорящего человека. А именно, в английской картине мира доминирует физическое восприятие мира, в то время как в русской – психическое или эмоциональное восприятие мира. Кроме того, в английской терминосистеме была выделена сфера-источник, которая отсутствует в русской: «процессы, протекающие в теле человека». Это в очередной раз указывает на структурное восприятие действительности англоговорящим человеком.

Также в английской сфере «Артефакт», которая является второй по количеству употребления, присутствуют такие субсферы, как «бытовые предметы» и «продукты питания». В русскоязычной терминосистеме данные субсферы отсутствуют. Основным источником метафоризации служат «сооружения» (инсталляции), связанные с самыми разными предметными областями. Английская сфера «Натурфакт» также содержит субсферы, отсутствующие в русской сфере-источнике, а именно: «качество природных веществ» и «сущность».

Наиболее продуктивной сферой-источником для изучаемых языков явилась сфера «Человек». Основой послужили все стороны данной сферы: части тела, семейные отношения, действия, присущие человеку, а также качества, присущие человеку, профессия и процессы, протекающие в теле человека. В соответствии с этим мы можем сказать, что нефтегазовая отрасль характеризуется антропоцентризмом.

Наиболее продуктивной сферой-источником в англоязычной нефтегазовой терминологии явилась сфера «Человек» (Man): 53 метафорических термина (38,5 %). Наиболее продуктивной сферой-источником в русскоязычной нефтегазовой терминологии явилась сфера «Человек»: 45 метафорических терминов (47 %).

Наиболее продуктивной сферой-мишенью в англоязычной нефтегазовой терминологии явилась сфера «Артефакт» (Artifact): 72 метафорических термина (52 %). Наиболее продуктивной сферой-мишенью в русскоязычной нефтегазовой терминологии явилась сфера «Артефакт»: 51 метафорический термин (53 %).

Наиболее продуктивной основой метафорического уподобления в англоязычной нефтегазовой терминологии явилась «Форма»: 64 метафорических термина (46,5 %). Наиболее продуктивной основой метафорического уподобления в русскоязычной нефтегазовой терминологии явилась сфера «Характер действий»: 39 метафорических терминов (40,5 %).

Итак, в результате исследования было выявлено следующее:

- метафора играет большую роль в образном построении нефтегазовой картины мира, являясь одним из источников расширения терминологического фонда,

- моделирование в нефтегазовой картине мира русского и английского языков имеет много общего, что указывает на схожесть когнитивных механизмов, участвующих в процессе номинации терминов этой сферы;

- источниками метафорического моделирования служат образы человека, артефакта, а также натурфакта и абстрактных понятий, которые переносятся на область нефтегазовых объектов; преобладание в обоих языках метафорических номинаций, представляющих образ человека, свидетельствует об отражении принципа антропоцентризма в формировании языковой картины мира;

- различие между двумя терминотерминосистемами в области метафорического моделирования состоит в том, что метафоризация в английской нефтегазовой терминотерминосистеме основывается на принципах системности, избирательности и физического восприятия мира, в то время как терминологическая метафоризация в соответствующей русской терминологии характеризуется чувственным и эмоциональным восприятием действительности.

Список использованных источников

1. Морозова Л. В. Дифференциальные признаки термина в аспекте дефиниционного анализа // Учен. зап. Калнинского гос. пед. ин-та им. М. И. Калинина. – 1969. – Т. 64. – Вып. 2. – С. 223–249.
2. Сулейманова А. К. Терминотерминосистема нефтяного дела и её функционирование в профессиональном дискурсе специалиста: автореф. дис. ... д-ра филол. наук. – Уфа, 2006. – 47 с.
3. Думитру Э. Особенности развития и современное состояние русской геоморфологической терминологии: автореф. дис. ... канд. филол. наук. – М., 2008. – 24 с.
4. Думитру Е. III. Структурно-семантический анализ русской терминологии нефтедобычи: автореф. дис. ... канд. филол. наук. – М., 2009. – 25 с.

Ананина А. И., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

E-mail: ananinanastia@yandex.ru

Серебренникова А. Н., канд. филол. наук, доцент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

E-mail: serebrennikova@tpu.ru

Ananina A. I., Serebrennikova A. N.

PECULIAR FEATURES OF METAPHORICAL MODELS IN RUSSIAN AND ENGLISH OIL AND GAS TERMINOLOGY

This study is conducted within the theoretical framework of cognitive linguistics and devoted to the comparative description of Russian and English peculiar features of metaphorical terms in oil and gas industry. Main sources of metaphorical transfer are identified, and their national-language features are defined.

Keywords: *metaphorical model, sphere source, Oil and Gas terminology, scientific picture of the world.*

Ananina A. I., student

National Research Tomsk Polytechnic University

E-mail: ananinanastia@yandex.ru

Serebrennikova A. N., PhD in Philology, Associate Professor

National Research Tomsk Polytechnic University

E-mail: serebrennikova@tpu.ru

О ЛАКУНАРНОСТИ И ЕЕ ВИДАХ НА ПРИМЕРЕ ВЕРБАЛИЗАЦИИ МАКРОКОНЦЕПТА «ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО» (НА МАТЕРИАЛЕ НЕМЕЦКОГО И РУССКОГО ЯЗЫКОВ)

В данной статье рассматривается явление лакунарности, ее природа и типология с позиций когнитивной лингвистики. Особое внимание уделяется способам элиминации межкультурных лакун в процессе перевода. В статье рассматриваются примеры лакун, выявленные в ходе контрастивного анализа средств вербализации макроконцепта «Предпринимательство» в немецком и русском языках. Актуальность данного исследования обусловлена необходимостью решения практических задач научного перевода. В работе использовались сравнительный и сопоставительный методы исследования.

Ключевые слова: лакунарность, концепт, средства вербализации концепта, перевод.

Известно, что при сопоставлении лексики двух языков и более можно обнаружить, что некоторые языковые единицы одной языковой системы не имеют эквивалентов в языковой системе другого языка. В современной лингвистике такие слова называются лакунами. В. Г. Гак дает следующее определение лакуны: «Лакуны – это пропуски в лексической системе языка, отсутствие слов, которые, казалось бы, должны были бы существовать в языке, если исходить из его отражательной функции (т. е. его задачи обозначать явления объективной действительности) и из лексической системы данного языка» [1].

Развитие когнитивной лингвистики позволило более глубоко и подробно исследовать явление лакунарности. В современной лингвистике под лексической лакуной понимается отсутствие какой-либо лексической единицы в языке при наличии концепта в концептосфере другого языка [2].

Изучение лакун в языке является актуальным направлением в современной лингвистике. Явлению лакунарности посвящены труды многих известных ученых, например, С. Тер-Минасовой, В. Красных, Э. Полянской, Ю. Сорокина и др. (см. об этом: [3]).

В современной лингвистической литературе различают межъязыковые и внутриязыковые, мотивированные и немотивированные, когнитивные, семантические и лексические, родовые и видовые лакуны.

Межъязыковые лакуны делятся на мотивированные и немотивированные. Мотивированные лакуны в языке объясняются отсутствием соответствующего предмета или явления в национальной культуре (например, *лапти*, *матрешка*, *балалайка*); немотивированные лакуны не могут быть объяснены отсутствием явления или предмета (*вечер после работы* (нем. *Feierabend*), *запрет на профессию* (нем. *Berufsverbot*)) [2].

Наряду с межъязыковыми лакунами исследователи также выделяют внутриязыковые лакуны, под которыми понимаются пустые места, незаполненные в лексической системе языка.

Например, в русском языке есть слово «старшеклассник», но нет узусальной единицы для обозначения учащихся младших классов; есть слово «молодожены», для которого нет антонима «старожены», хотя для слова «старожены» есть потенциальная семема – «люди, давно состоящие в браке» в отличие от «людей, только что вступивших в брак». В данных случаях в русском языке существует даже словообразовательная модель, по которой слово может быть образовано, но в литературном языке этого слова нет.

Следует отметить, что об отсутствии концепта в случае межъязыковой лексической лакунарности можно говорить только применительно к мотивированным лакунам, т. к. сам предмет или явление отсутствуют в той или иной культуре. Немотивированные лакуны вовсе не свидетельствуют об отсутствии у народа соответствующего концепта, а лишь о том, что эти концепты в силу конкретных исторических или культурных причин оказались просто не номинированы в данной лингвокультурной общности в силу своей коммуникативной нерелевантности для народа [2].

По соотношению слова с концептом З. Д. Попова и И. А. Стернин различают лексические, семантические и когнитивные лакуны.

Лексическая лакуна – это отсутствие слова или устойчивого словосочетания в лексико-семантической системе языка при наличии соответствующей потенциальной семемы и при наличии концепта. В этом случае нет лексемы (например, «старожены», «победу», «пылесосу») [2].

Семантическая лакуна – отсутствие слова и семемы при наличии концепта. В этом случае нет слова в целом, т. е. в языке вообще не представлено соответствующее значение (например, «подойти и заговорить», «спускаться с крутизны на веревке») [2].

Когнитивные (концептуальные) лакуны – отсутствие слова и концепта. Соответствующее явление не познано народом-носителем языка (например, «приватность», «уединенное молчание на природе», «политическая корректность», «толерантность», «качество жизни») [2].

По парадигматическому признаку лакуны подразделяются на *родовые* (нет общего слова) и *видовые* (нет частного наименования).

Одним из способов обнаружения невербализованных концептов являются контрастивные исследования, которые позволяют выявить языковые единицы, не имеющие переводных соответствий в одном из языков. При таком подходе особенно четко выявляется национальная специфика концепта. Кроме того, контрастивный анализ позволяет увидеть различие между концептом и значением слова. Чтобы провести контрастивный анализ, необходимо рассмотреть средства вербализации соответствующего

концепта в каждом из исследуемых языков. Для выявления лакун необходим контрастивный анализ как минимум двух языков.

Анализ толковых словарей немецкого [4; 5] и русского [6; 7] языков позволил выявить средства вербализации макроконцепта «Предпринимательство», а контрастивный анализ данных языковых единиц – установить следующие лакуны.

- В немецком языке относительно русского языка

Aktiengesellschaft – юридическое лицо в форме акционерного общества, уставной капитал которого разбит на акции. Само общество образуется в подчинении специальному закону *Aktiengesetz*, который в значительной степени отличается от российского федерального закона «Об акционерных обществах».

Gesellschaft mit beschränkter Haftung – юридическое лицо в форме долевого хозяйства, распространенная форма предприятий в Германии, Австрии и Швейцарии.

Gesellschaft bürgerlichen Rechts (GbR) – общество гражданского права – объединение нескольких предприятий, относится к компаниям, объединяющим отдельных лиц, кредитные консорциумы для реализации крупных проектов, или людей свободных профессий.

Gesellschaft mit beschränkter Haftung und die Kommanditgesellschaft-GmbH&Co.KG – общество с ограниченной ответственностью и командитное товарищество – смешанная форма, в качестве комплементария принимается общество с ограниченной ответственностью, что дает преимущество по налоговым соображениям и в вопросах ответственности.

Gesetzmäßigkeit – состояние / юридические отношения, которые не выходят за рамки, установленные законодательством, и соответствуют действующим законам.

- В русском языке относительно немецкого языка

Коммерческая организация – Eine Personenvereinigung ist ein Zusammenschluss mindestens zweier natürlicher und/oder juristischer Personen, die einen gemeinsamen Zweck verfolgen. Personenvereinigungen lassen sich alternativ untergliedern in Gesellschaften, die aufgrund eines Gesellschaftsvertrags mit einem bestimmten Zweck entstehen, und kraft Gesetz entstehenden Gemeinschaften [4].

Взаимный фонд, или Фонд взаимных инвестиций – ist eine Art von professionell verwalteten Investmentfonds, die die Geldmittel von vielen Investoren zum Kauf von Wertpapieren sammeln. Auch wenn es keine gesetzliche Definition des Begriffs «Anteilsfond» gibt, wird es in der Regel nur auf die Organismen für gemeinsame Anlagen angelegt, die von den Spitzfinanzmännern reguliert und an die breite Öffentlichkeit verkauft werden [4].

Гарантирование цен – zur Verfügung gestellte föderale Hilfe oder finanzielle Unterstützung für die Landwirte und Privateigentümer von landwirtschaftlichen Unternehmen, die dazu dient, sie gegen solchen ungünstigen Faktoren wie schlechte Wetterbedingungen oder Überproduktion zu schützen [4].

Федеральная комиссия по рынку ценных бумаг – föderale Exekutive in Russland, die Regulierung von Wertpapiermärkten in Russland durchführt. Diese Organisation verwirklicht auch die Staatspolitik auf dem Gebiet der Entwicklung der Wertpapiermärkte, kontrolliert die Aktivitäten der Emittenten und Marktteilnehmer und sorgt für die Offenlegung von Informationen über den Wertpapiermarkt [4].

Согласно приведенной нами классификации лакун, все выявленные лакуны являются межъязыковыми, т. к. они были выявлены путем контрастивного анализа средств вербализации макроконцепта «Предпринимательство» в немецком и русском языках.

Все вышеперечисленные лакуны являются мотивированными, т. к. данные определения объясняются с точки зрения отсутствия явления или предмета в языке.

Все проанализированные лакуны являются когнитивными (концептуальными), т. к. в концептосферах немецкого и русского языков и этносов отсутствует соответствующий концепт, а в их языках – лексема для его полного и емкого обозначения.

Лакуны, выявленные во время анализа средств вербализации концепта «Предпринимательство» в русском и немецком языках, не вызывают серьезных трудностей при переводе. При необходимости передачи соответствующего концепта в речи или его составляющих в одном из языков эти лакуны компенсируются за счет их перевода с помощью свободных словосочетаний, развернутых объяснений или иными средствами вербализации данного концепта.

Список использованных источников

1. Гак В. Г. Сравнительная типология русского и французского языков. – М.: Просвещение, 1983. – 245 с.
2. Попова З. Д., Стернин И. А. Очерки по когнитивной лингвистике. – Воронеж: ИСТОКИ, 2001. – 190 с.
3. Алиференко Н. Ф. Проблемы вербализации концепта. – Волгоград: Перемена, 2003. – 96 с.
4. Duden Deutsches Universalwörterbuch / Unter Leitung von Günter Drosdowski. – Mannheim; Wien; Zürich: Dudenverlag, 1989. – 1816 S.
5. Duden-online. Online Wörterbuch [Webseite]. URL: <http://www.duden.de/> (Zeitpunkt der Behandlung: 15.05.2015).
6. Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка: 80 000 слов и фразеологических выражений. – М.: Российская академия наук. Институт русского языка им. В. В. Виноградова. – 4-е изд., дополненное. – М.: Азбуковник, 1999. – 944 с.
7. Современный толковый словарь. – М.: Большая Советская Энциклопедия, 1997; OCR Палек, 1998.

Андреев К. П., студент
Национальный исследовательский Томский политехнический университет
E-mail: andrejew@sibmail.com

Никанорова Ю. В., канд. филол. наук, доцент
Национальный исследовательский Томский политехнический университет
E-mail: yulya_nikanorova@mail.ru

Andreev K. P., Nikanorova Y. V.

ABOUT ACCIDENTAL GAPS AND ACCIDENTIAL GAP SPECIES ON THE EXAMPLE OF MACROXONCPT «ENTERPRISE»

This article discusses the phenomenon lacunarity, its nature and typology from the viewpoint of cognitive linguistics. Particular attention is paid to the methods of elimination of accidental gaps in the process of translation. This article discusses examples of accidental gaps which were identified in the contrastive analysis of verbalization methods of the concept «Enterprise» in German and Russian. The relevance of this study is the need to solve practical problems of scientific translation.

Keywords: *lacunarity, concept, methods of concept verbalization translation.*

Andreev K. P., student
National Research Tomsk Polytechnic University
E-mail: andrejew@sibmail.com

Nikanorova Y. V., PhD in Philology, Associate Professor
National Research Tomsk Polytechnic University
E-mail: yulya_nikanorova@mail.ru

Андреев К. П., Седельникова О. В.

СРЕДСТВА ВЕРБАЛИЗАЦИИ КОНЦЕПТА «ЛЕТАТЕЛЬНЫЙ АППАРАТ» В ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОМ И НАУЧНО-ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ (НА МАТЕРИАЛЕ НЕМЕЦКОГО И РУССКОГО ЯЗЫКОВ)

В статье рассматривается концепт как базовое понятие когнитивной лингвистики. Исследование концептов и способов их вербализации является одним из способов реконструкции языковой картины мира многих народов, что объясняет актуальность данной статьи. В статье проведен анализ средств вербализации концепта «Летательный аппарат» в публицистическом и научно-публицистическом дискурсе.

Ключевые слова: *средства вербализации концепта, когнитивная лингвистика, полевая структура концепта.*

Современная наука о языке всё чаще обращается к описанию значения языковых единиц как результата обработки и усвоения знаний о мире. Лингвистическая наука подходит к решению этой проблемы с разных точек зрения, однако все исследователи в той или иной мере сходятся во мнении, что за единицами языка стоят некоторые структуры, пласты или области знаний, а сами языковые единицы могут трактоваться как результаты мыслительных процессов.

Одним из базовых понятий в науках о человеке является понятие концепта. На современном этапе развития лингвистики концепт исследуется с точки зрения разных лингвистических парадигм: лингвокультурологии (С. Г. Воркачев, А. Я. Гуревич, В. И. Карасик, Ю. С. Степанов и др.), когнитивной лингвистики (А. П. Бабушкин, Е. С. Кубрякова, З. Д. Попова, И. А. Стернин, Р. М. Фрумкина и др.), психолингвистики (А. А. Залевская, В. А. Пищальникова, Т. А. Голикова и др.) и т. д. Поэтому исследование концептов через средства их вербализации можно считать одним из способов реконструкции картины мира в целом и языковой картины мира в частности.

Концепт «летательный аппарат» является фрагментом картины мира и занимает одну из важных позиций в системе национальных ценностей многих народов мира. На сегодняшний день трудно представить, что человек может обойтись без использования летательной техники: самолетов, вертолетов, космических кораблей, ракет и т. д. Поэтому актуальной задачей является изучение способов обозначения этой сферы языковыми средствами, а также выявление особенностей данной понятийной области, т. к. «в самом слове и в его вербальной дефиниции фиксируются результаты когнитивных усилий человеческого разума» [1, с. 12].

Понятие концепта является базовым для целого ряда наук, в частности, для такой лингвистической дисциплины, как когнитивная лингвистика. Концепт анализируется и в рамках лингвокультурологии. Можно сказать, что «лингвокогнитивный концепт – это направление от индивидуального сознания к культуре, а лингвокультурный концепт – это направление от культуры к индивидуальному сознанию» [3, с. 46].

Слово осуществляет связь между языковой и концептуальной картинами мира. *Языковая картина мира* в настоящей работе определяется как совокупность представлений о мире, заключенных в значении разных слов и выражений данного языка, которая складывается в некую единую систему взглядов, или предписаний, и «навязывается» в качестве «обязательной» всем носителям языка [2, с. 204].

Под *концептуальной картиной мира* понимаются знания о мире, которые отражают результаты познавательной и социальной деятельности человека и которые частично опосредуются в языковой картине мира индивидуума или общества в целом [1, с. 4].

В рамках разных научных направлений существуют различные методики концептуального анализа по причине расхождения в понимании концепта и возможностей его структурирования. По мнению Н. Н. Болдырева, основа концептуального анализа – схематизация (т. е. представление структуры концепта с помощью определенной когнитивной схемы). Для создания такой схемы могут быть использованы разнообразные данные, полученные в результате интеграции разных исследовательских методов.

Традиционно в структуре концепта выделяют ядро и периферию (ближнюю и дальнюю). Ядро – это словарные значения той или иной лексемы. Ближняя периферия включает универсальные знания, общие для всего народа, всей культуры. Дальняя периферия возникает на основе индивидуального знания, коннотаций и ассоциаций [2, с. 71].

Элементом языковой картины мира можно считать отдельное ключевое слово, представляющее концепт, который входит в ядро лексической системы языка. В ментальном лексиконе человека концепты, получившие языковую форму, служат, по крайней мере, для осуществления двух важнейших функций: репрезентации содержания отдельного кванта информации о мире, а также ее складирования, хранения, накопления и оперирования тем же содержанием в мозгу человека во время речевой деятельности.

Данные элементы языковой картины мира представляют собой языковые стереотипы, характерные для определенного этноса и культуры, при объективизации которых в сознании человека возникает когнитивная картина определенной области знания, семантическая сеть, позволяющая обозначить специфические черты того или иного понятия.

Таким образом, если данные элементы способны образовать определенную когнитивную картину, то правомерно предположить, что эти языковые единицы образуют концепт, который является не чем иным, как оперативной единицей человеческого сознания, имеющей многомерную структуру, являющуюся результатом познавательной деятельности личности и общества, т. е. как раз тем конструктом, который отражает и несет в себе данные языковые стереотипы.

Можно сделать вывод, что концепт образуется в результате человеческой деятельности посредством возникновения в языке новых реалий, которые получают свое обозначение и составляют ядро концепта, а также его периферию.

В результате проведенного исследования нами было установлено, что смысловым ядром концепта «летательный аппарат» является одна ключевая единица (словосочетание), объединяющая и соединяющая в себе все другие: летательный аппарат. Данное словосочетание было выбрано нами в качестве ключевого слова, образующего ядро концепта.

Для определения ядра концепта мы обратились к приему синонимического расширения ключевого слова.

«Летательный аппарат, -а, м. Устройство для полетов в атмосфере Земли или космическом пространстве».

В русском языке синонимами к лексеме «летательный аппарат» являются следующие языковые единицы, выявленные в ходе анализа текстов публицистического и научно-публицистического содержания: самолет, вертолет, космический корабль, аэроплан, планер, воздушный шар и др.

Анализ словарных статей в словарях С. И. Ожегова и Н. Ю. Шведовой [3], С. А. Кузнецова [4] и Д. Н. Ушакова [5] показал, что все вышеперечисленные лексемы являются синонимами, объединенными в одном смысловом ядре – летательный аппарат.

Одним из способов выделения концепта наряду с синонимическим расширением ключевого слова является построение лексико-фразеологического поля ключевого слова. Этот метод предполагает подбор синонимов, антонимов ключевого слова, определение его гиперонима или гиперонимов [6].

Лексико-фразеологическое поле, репрезентирующее концепт «летательный аппарат» в проанализированных текстах, насчитывает 360 лексем. Коммуникативную лексику составляют в основном языковые единицы таких частей речи, как глагол и существительное, а также (в меньшей степени) прилагательное.

Ядро поля составляют лексемы с высокой частотностью, наиболее общие по значению, в прямом значении, стилистически нейтральные, без эмоционально-экспрессивных ограничений и в минимальной степени зависящие от контекста: *самолет, планер, воздушный шар, редуктор, привод винтов, лонжероны лопастей, двигатель, вертолет, Х-образный рулевой винт, консоль крыла, пропеллер, винт* и др.

Данные лексемы являются гипонимами лексемы «летательный аппарат», т. е. являются понятиями, выражающими частную сущность к другому, более общему понятию, а лексема «летательный аппарат» – словом с более широким значением, выражающим общее, родовое понятие класса предметов.

В ядре отчетливо выделяется центр: летательный аппарат (самолет, вертолет, ракета и др.). Частотность употребления лексем, входящих в центр ядра, намного превышает частотность других единиц.

Основными признаками лексем, относящихся к ближней периферии, являются меньшая по сравнению с ядром частотность, стилистическая нейтральность, отсутствие ограничений в употреблении, минимальная зависимость от контекста: *перекося крыла, носовой элеватор, «стеклянная» кабина, бортовая аппаратура, привод винтов, редуктор, трипланная коробка* и др.

Единицы крайней периферии характеризуются низкой частотностью. Большинство многозначных лексем входит в лексико-семантическое поле концепта «летательный аппарат» не в основном значении: *небесные тела, посадка, флаттер, крылья, хвост, узлы самолета, реборда* и др. Эти единицы образуют так называемые фреймы.

Фрейм – многокомпонентный концепт, представляющий собой совокупность стандартных знаний о предмете, явлении или ситуации. Он является обобщенной моделью организации обусловленного знания вокруг некоторого концепта и формируется стереотипами сознания [7].

Слоты соответствуют разнообразным аспектам или параметрам, выделенным на основе опыта взаимодействия человека с фреймами определенного типа. В слотах может содержаться информация различной степени сложности: от простого признака до специальных фоновых знаний или даже энциклопедических данных. Каждый слот со своим содержанием отражает стереотипные знания об определенной сущности в мире.

Таким образом, номинативное поле концепта «летательный аппарат» строится из ключевого слова-репрезентанта, его синонимического ряда, полей ключевого слова-репрезентанта концепта, выявленных в публицистических и научно-публицистических текстах, что позволяет сделать вывод, что существуют основания для выделения концепта «летательный аппарат» в русской языковой картине мира, т. к. данный концепт находит свое отражение в языке и в русской национальной картине мира.

Исходя из проведенного нами анализа текстов, можно сделать вывод, что концепт «летательный аппарат» имеют четкую полевою структуру, с ядром и периферией. Все данные, представленные в нашей работе, изображены в виде схемы:

- 1) ядро концепта,
- 2) ближняя периферия,
- 3) дальняя периферия,
- 4) крайняя периферия.

В результате изучения основных положений когнитивной лингвистики был выделен концепт «летательный аппарат», составлена классификация речевого наполнения концепта «летательный аппарат» через средства его вербализации в языковой картине мира и предложена полевая схема концепта «летательный аппарат».

Проведенное исследование показало, что концепт «летательный аппарат» является сложной структурой с ядром и периферией.

Для обозначения полевых границ концепта были выявлены основные средства вербализации концепта «летательный аппарат» в русской языковой картине мира и проведен их классификационный анализ. Все выявленные лексемы были систематизированы согласно их принадлежности к тому или иному полю концепта.

Проведенное исследование показало, что концепт «летательный аппарат» в русской языковой картине мира представляет собой сложную структуру представлений человека об авиации, космосе, технике, аэродинамике, устройстве летательных аппаратов, известных деятелях науки в данной области, наименованиях авиакомпаний и прочих реалиях, возникающих в рамках данного концепта. Выделение данного концепта является научно-обоснованным и представляет ценность в дальнейшем изучении концепта «летательный аппарат» с точки зрения когнитивной лингвистики и переводоведения.

Список использованных источников

1. Кубрякова Е. С. Языковая картина мира как особый способ репрезентации образа мира в сознании человека // Вестник Чувашского государственного педагогического университета имени И. Я. Яковлева. – 2003. – № 4 (38). – С. 2–12.
2. Бобрышева И. А. Связь семантических полей «пустота» и «творчество» в идиолекте М. И. Цветаевой // Известия Южного федерального университета. Филологические науки. – 2012. – № 3. – С. 69–74.
3. Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка: 80 000 слов и фразеологических выражений / Российская академия наук. Институт русского языка им. В. В. Виноградова. – 4-е изд., доп. – М.: Азбуковник, 1999. – 944 с.
4. Кузнецов С. А. Большой толковый словарь русского языка. Первое издание. – СПб.: Норинт, 1998.
5. Толковый словарь Д. Н. Ушакова // Фундаментальная электронная библиотека «Русская литература и фольклор». URL: <http://feb-web.ru/feb/ushakov/ush-abc/default.asp> (дата обращения: 26.04.2015).
6. Попова З. Д., Стернин И. А. Когнитивная лингвистика. – М.: АСТ: Восток-Запад, 2010. – 314 с.
7. Кубрякова Е. С. Краткий словарь когнитивных терминов / Под общ. ред. Е. С. Кубряковой. – М.: Филол. ф-т МГУ им. М. В. Ломоносова, 1997. – 245 с.

Андреев К. П., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

E-mail: andreyew@sibmail.com

Andreev K. P., Sedelnikova O. V.

METHODS OF VERBALIZATION OF THE CONCEPT «FLYING MACHINE» IN THE PUBLICISTIC AND SCIENTIFIC-PUBLICISTIC DISCOURSE (BASED ON THE GERMAN AND THE RUSSIAN LANGUAGES)

The term concept is the basis for a number of sciences, for example, for cognitive linguistics. A study of concepts and methods of concept verbalization is the way of reconstruction of linguistic world view of many people which explains the relevance of this article. The article investigates the methods of verbalization of the concept «flying machine» in publicistic and scientific-publicistic discourse.

Keywords: *methods of verbalization of the concept, cognitive linguistics, field structure of concept.*

Andreev K. P., student
National Research Tomsk Polytechnic University
E-mail: andrejew@sibmail.com

Sedelnikova O.V., PhD in Philology, Professor
National Research Tomsk Polytechnic University
E-mail: sedelnikovaov@tpu.ru

Проскокова А. В.

ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ МЕДИАКОНЦЕПТА «НЕФТЬ» В РОССИЙСКОЙ ПРЕССЕ (НА МАТЕРИАЛЕ ГАЗЕТЫ «ВЕДОМОСТИ»)

В настоящем исследовании делается попытка выявить общие и отличительные признаки медиаконцепта «нефть» применительно к российской и зарубежной действительности на материале газеты «Ведомости». На основе выявленных методом сплошной выборки контекстов с ключевым словом «нефть» выделены признаки «финансовая ценность» и «конкурентная борьба» исследуемого медиаконцепта. Делается вывод о разной степени выраженности данных признаков в зависимости от контекста российской или зарубежной экономической действительности.

Ключевые слова: *когнитивная лингвистика, медиаконцепт «нефть», российская экономика, зарубежная экономика, масс-медийный дискурс, российская пресса, цена, конкуренция.*

Концепты возникают под влиянием сложившихся социально-экономических условий определенного региона, страны, культуры и местной истории. Вполне закономерным является тот факт, что в российских СМИ постоянно актуализируется медиаконцепт «нефть», зачастую определяющий общественное мнение социума. Например, О. В. Орлова в своей статье, посвященной концепту «нефть» в Томской медиасфере, отмечает, что «нефть» является одной из концептуальных доминант в современной медиасфере наряду с концептами «кризис», «гламур», «нано» [1, с. 33]. Кроме этого, исследователь обоснованно утверждает, что «всё связанное с нефтью является символическим средоточием представлений о богатстве» [1, с. 34]. Такого же мнения придерживается О. В. Ильина в своем диссертационном исследовании, посвященном изучению стереотипных представлений о богатых и бедных в современной прессе [2]. В частности, автор диссертации выделяет ряды номинаций субъектов-носителей признака богатства, одной из которых является номинация «лицо, занятое в сфере нефтяной промышленности» [2, с. 11–12]. Очевидно, что нефть и богатство ментально неразрывны, что вполне естественно для России, где нефтяная отрасль составляет высокую долю дохода государственного бюджета и является одним из главных источников притока иностранной валюты в экономику страны.

Состояние нефтяной промышленности России и за рубежом активно обсуждается на страницах российских и региональных газет и в интернет-источниках, в частности на страницах газет «Ведомости», «Аргументы и факты», «Российская газета», «Известия» и пр. В настоящем исследовании делается попытка выявить общие и отличительные признаки медиаконцепта «нефть» применительно к российской и зарубежной действительности на материале газеты «Ведомости». С этой целью методом сплошной выборки были отобраны микроконтексты с ключевым словом «нефть», выявлены и проанализированы признаки исследуемого медиаконцепта.

Изученные микроконтексты, окружающие концепт «нефть», позволяют отчетливо выявить такие его признаки, как признак «финансовая ценность», который имеет в своем составе несколько подпризнаков, и признак «конкурентная борьба». При этом медиаконцепт «нефть» выражен, как правило, словом «нефть», однако он может быть «спрятан» в сложном прилагательном «нефтегазовый», поскольку в промышленности такие полезные ископаемые, как нефть и газ, относятся к одной отрасли. Таким образом, концепты могут

быть связаны между собой в языке, и частотность употребления слова «нефтегазовый» или использование слов «нефть» и «газ» в одном предложении будет, вероятно, высока.

Признак **«финансовая ценность»** достаточно объемён и сложен и может быть разделен на несколько подпризнаков, отражающих семантическое расширение смыслового поля концепта в следующих направлениях: «падение цены = потеря прибыли», «инвестиционная привлекательность = перспективы развития», «непостоянство цены = опасный тормоз в развитии».

Примерами актуализации медиаконцепта «нефть» по признаку «падение цены = потеря прибыли» являются, с одной стороны, нейтральные по своей семантике словосочетания «цена на нефть», не указывающие напрямую на ее рост либо падение, но которые, однако, в более широком контексте ставят в одну плоскость цену и уменьшение прибыли:

– *«Есть еще объективная составляющая, связанная с ценой нефти. Участники рынка же просто поступают: перемножают курс на цену барреля нефти, и если получаем меньше 3600–3700, то, значит, курс недостаточно ослаблен, логично предположить еще большее ослабление»* (18.12.2014);

– *«рынки найдут естественное равновесное состояние, в том числе по цене на нефть»* (18.12.2014).

В последнем примере глагол «найти», стоящий в будущем времени, позволяет предположить, что сейчас состояние не равновесно, цена на нефть непостоянна.

С другой стороны, было выявлено большое количество микроконтекстов, в которых речь напрямую идет о снижении цены на нефть, например:

– *«средняя цена реализации опустилась на 5,8 %»* (23.03.2015);

– *«крупнейшая в Азии нефтеперерабатывающая компания сократила чистую прибыль в 2014 г. на 30 % из-за падения цен на нефть»* (23.03.2015);

– *«После снижения цен на нефть с июня прошлого года произошло уже несколько крупных нефтегазовых сделок»* (08.04. 2015).

При этом в двух последних примерах речь идет о зарубежном нефтяном секторе, который, как и российский, несет убытки из-за падения цен на нефть. Частотность упоминания зарубежных нефтяных компаний в связи с потерей прибыли выше, что можно объяснить желанием журналистов подчеркнуть мировое значение нефтяного кризиса и немного нивелировать его негативные последствия в российской экономике.

В качестве второй составляющей признака «финансовая ценность» медиаконцепта «нефть» был выделен признак «инвестиционная привлекательность = перспективы развития». Журналисты много пишут об инвестиционных проектах в нефтегазовую отрасль, подчеркивая перспективность данного сектора экономики, в частности, с помощью определенных лексических средств: «гарантировать инвестиции», «можно инвестировать», «увеличить инвестиции», «инвесторы готовы вкладывать», «инфраструктурные проекты» и т. д.:

– *«Россия и Вьетнам договорились гарантировать инвестиции в нефтегазовые проекты на шельфе Вьетнама и на территории России»* (06.04.2015);

– *«“Роснефть” увеличила инвестиции в геологоразведку в 1,5 раза в 2014 году»* (03.04.2015);

– *«Можно инвестировать в этот сектор ФНБ или это противоречит идее инвестирования в стратегические цели?»* (18.12.2014);

– *«инвестиции из ФНБ должны осуществляться там и тогда, когда и где частный бизнес к этому не готов»* (18.12.2014);

– *«нефть и газ – это тот сектор, куда инвесторы и так готовы вкладывать»* (18.12.2014);

– *«наши крупные нефтегазовые компании довольно диверсифицированы, у них есть проекты в сферах, которые не связаны с добычей нефти и газа напрямую, только косвенно»* (18.12.2014).

Все выявленные контексты, вербализирующие подпризнак «инвестиционная привлекательность = перспективы развития», так или иначе затрагивают только отечественную экономику. Этот подпризнак проявляется слабо, когда речь идет о зарубежных нефтяных компаниях, и представляет собой не перспективные инвестиции, а нейтральные «сделки» без упоминаний их успешности. Например:

– *«произошло уже несколько крупных нефтегазовых сделок. В ноябре Halliburton объявила, что покупает своего конкурента Baker Hughes за \$35 млрд, а после этого испанская Repsol приобрела канадскую Talisman Energy за \$8,3 млрд.»* (09.04.2015).

Следующий выделенный подпризнак – «непостоянство цены = опасный тормоз в развитии» – характеризует медиаконцепт «нефть» применительно как к российской, так и к зарубежной экономике. Семантическая вербализация концепта осуществляется через широкий набор языковых средств. Во-первых, непостоянство цен выражено следующими словосочетаниями: «волатильность цен на нефть», «источники неопределенности», «большая неопределенность», «новая норма», «повышенная неопределенность и волатильность», «небольшой рост цен нефти», «слишком много неопределенностей относительно цены на нефть», «цены опять понизятся» и т. д. Например:

– *«Total угрожают и иные источники неопределенности помимо волатильности цен на нефть и российского фактора»* (23.03.2015);

– «По-прежнему сохраняется **большая неопределенность** в том, как будут дальше **меняться цены на нефть**. Скорее всего, они **опять понизятся** и вернутся к тому, что мы считаем новой нормой» (17.04.2015);

– «Утром в понедельник рубль прибавляет на фоне **небольшого роста цен нефти**, рынок при этом продолжает искать фундаментальные уровни при **повышенной неопределенности и волатильности**» (13.04.2015);

– «компания заинтересована в росте долларовых дивидендов, но **слишком много неопределенностей** относительно цены на нефть и курса рубля» (03.03.2015).

Непостоянный характер цены на нефть трактуется как определенный тормоз в развитии («но»), опасный для экономики («угрожают»), длительный по времени («по-прежнему», «сохраняется», «опять», «вернутся», «продолжает»). При этом сам признак непостоянства усилен такими языковыми средствами, как «большой», «повышенный», «слишком много», и имеет в своей семантике черты субъективности: «скорее всего», «мы считаем».

Таким образом, признак «финансовая ценность» концепта «нефть» в российском масс-медийном дискурсе сложен по своей структуре и семантике. В текстах, относящихся к российскому нефтегазовому комплексу, актуализированы признаки инвестиционной привлекательности этого сектора экономики, а цены на нефть, напрямую влияющие на благосостояние российских компаний и, как следствие, всей экономики, имеют черты неопределенности, угрожающей развитию, и, реже, упоминаются в связи с их падением, которое может привести к потере прибыли и финансовому краху. Применительно к зарубежным нефтяным компаниям признак «финансовая ценность» раскрывается по-иному, выдвигая на первый план факт падения цен и потери прибыли, ценовую неопределенность (что характерно и для российской экономики), но совершенно без обращения к инвестиционной привлекательности данного сектора.

Следующий укрупненный признак медиаконцепта «нефть» – «**конкурентная борьба**» – относится, скорее к политической, а не к экономической области. В ходе исследования было выявлено три направления, в которых проходит смысловое расширение поля признака концепта: «давление», «соперничество», «лидерство».

Подпризнаки «давление» и «соперничество» вербализированы чаще всего словом «санкции» («санкции по технологии современной нефтегазоразведки», «санкции будут ужесточаться»), а также в лексемах, связанных с конкурентной борьбой («конкурент», «пытаться повторить») и с урегулированием спорных ситуаций («проблемы», «стресс-сценарий», «подать иск», «раздел продукции», «компромисс», «компромиссный вариант», «внесудебное урегулирование»):

– «Проблема, связанная с технологической составляющей **санкций**: очень многое, что касается **санкций по технологии современной нефтегазоразведки, нефтегазодобычи, сегодня не действует вообще и в следующем году, наверное, тоже, а начиная с 2016 г. мы будем иметь проблемы**» (18.12.14);

– «**Весьма вероятно, что санкции будут ужесточаться**» (18.12.14);

– «**Вот как себя вести – написать еще один стресс-сценарий в дополнение к [цене нефти] \$60 [за баррель]?**» (18.12.14);

– «Американская ExxonMobil в понедельник уведомила Минэнерго России о том, что **подала иск в стоковый арбитраж с требованием изменить трактовку пункта соглашения о разделе продукции (СРП) “Сахалин-1” в части налогообложения**» (03.04.2015);

– «ExxonMobil в качестве **компромисса** предлагает **возместить** ей половину переплаченной суммы и в дальнейшем **перейти** на расчет налога по ставке 20 % вместо нынешних 35 %. Россия готовит свой **компромиссный вариант** и рассчитывает на **внесудебное урегулирование**» (03.04.2015).

Как видно из примеров, если речь идет о российской экономике, подпризнаки медиаконцепта «нефть» «давление» и «соперничество» отчетливо обнаруживают черты неопределенности («наверное», «весьма вероятно», «вот как себя вести»). Однако когда речь идет о зарубежных компаниях, имеющих интересы на российском рынке, в семантике подпризнаков проявляются черты определенности и уверенности, выраженные зачастую глагольными формами в активном залоге: «уведомить», «требование», «изменить», «предлагать», «раздел», «перейти». При этом, как видно из последнего примера, в ответ российская экономика «рассчитывает на внесудебное урегулирование»: глагол «рассчитывать» сразу же актуализирует характер «неуверенности», когда речь идет об участии России в конкурентной борьбе.

Иначе актуализирован подпризнак «лидерство», который проявляется лишь в контекстах с описанием достижений зарубежных нефтяных компаний, в частности американских. США признается несомненным лидером в сфере добычи сланцевой нефти, что контекстуально подкреплено словосочетаниями «сланцевая нефть» и «сланцевый бум», а также глаголами и глагольными словосочетаниями «пытаться повторить», «отказаться от попыток повторить»:

– «**Крупнейшие нефтяные компании потратили пять лет и миллиарды долларов, пытаясь повторить американский сланцевый бум в других странах. Но теперь они начинают отказываться от этих попыток**» (23.03.2015);

– «**За пределами Соединенных Штатов коммерческая добыча сланцевой нефти ведется только в Китае, Аргентине и Канаде. При этом на долю США приходится менее 10 % оцениваемых мировых запасов сланцевых нефти и газа**» (20.03.2015).

Подводя итоги проведенного исследования, хотелось бы отметить, что основные признаки медиаконцепта «нефть», актуализированные на страницах газеты «Ведомости», имеют разную степень выраженности и интенсивности в зависимости от того, идет речь о российском или зарубежном нефтедобывающем комплексе. Так, применительно к российской экономике, наиболее четко репрезентированы такие характеристики концепта, как инвестиционная привлекательность, непостоянство цен, тормозящее развитие отрасли, а подпризнаки давления и соперничества имеют черты неопределенности и неуверенности.

Немного иная ситуация прослеживается, когда речь идет о зарубежной экономике: на первое место выходит характеристика лидерства в данной отрасли, подпризнак давления и соперничества приобретает четко императивный характер, а непостоянство цен, тормозящее развитие, чаще актуализируется в связи с потерей прибыли.

Журналисты, скорее всего, скептически настроены по отношению к зарубежным нефтяным компаниям, что, возможно, продиктовано внешней политикой России. При этом подчеркивается, что американские нефтегазовые компании рассматриваются как жесткий конкурент, лидер отрасли. На фоне других государств Россия должна выглядеть мощным конкурентом в области нефтегазовой промышленности, перспективным направлением для инвестиций.

Список использованных источников

1. Орлова О. В. Миромоделирующий потенциал регионального маркированного медиаконцепта: концепт «нефть» в Томской медиасфере // Вестник Томского государственного университета. Серия Филология. – 2010. – № 4. – С. 33–41.
2. Ильина О. В. Речевое воплощение стереотипных представлений о богатых и бедных в современных газетных текстах: автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Екатеринбург, 2008. – 23 с.

Научный руководитель И. А. Вяткина, канд. филол. наук, доцент ТПУ

Проскокова А. В., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

E-mail: Proskokova_aleksandra@mail.ru

Proskokova A. V.

CHARACTERISTICS OF THE MEDIA OF THE CONCEPT REALIZATION «THE OIL» IN RUSSIAN JOURNALISM (A CASE STUDY OF THE NEWSPAPER «VEDOMOSTI»)

The present study has for an object common and distinct features of the media concept «the oil» in the context of Russian and foreign reality as exemplified in newspaper «Vedomosti». The features like «financial value» and «fierce competition» of the studied concept have been found out on the basis of detached through the total selection contexts with a key word «the oil». In conclusion there are different degrees of expressiveness of the given features according to the context of Russian or foreign economic reality.

Keywords: *cognitive linguistics, Media concept, oil, Russian economy, international economy, the Russian press, mass media discourse, price, competition.*

Proskokova A. V., student

National Research Tomsk Polytechnic University

E-mail: Proskokova_aleksandra@mail.ru

Хабушева Л. М.

ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ КОНЦЕПТА «ЯДЕРНАЯ ЭНЕРГЕТИКА» В МАСС-МЕДИЙНОМ ДИСКУРСЕ (ПО МАТЕРИАЛАМ ГАЗЕТЫ «АРГУМЕНТЫ И ФАКТЫ»)

В статье делается попытка выявить и описать признаки медиаконцепта «ядерная энергетика» в российском масс-медийном дискурсе на основе микроконтекстов, отобранных методом сплошной выборки из газеты «Аргументы и факты» за последние 10 лет. В результате анализа автор приходит к выводу о разной степени выраженности признаков медиаконцепта в зависимости от российского или зарубежного контекста.

Ключевые слова: *ядерная энергетика, атомная энергетика, дискурс, масс-медийный дискурс, концептология, концепт, медиаконцепт, микроконтексты, признаки концепта.*

На сегодняшний день атомная промышленность является важнейшим фактором развития экономики России, обеспечивающим ее стабильный рост. В различных российских СМИ – телевидение, печатные издания, радио, Интернет – идет активное обсуждение проблем ядерной энергетики.

Средства массовой информации прочно укрепились в жизни человеческого общества. Не вызывает сомнений тот факт, что они являются мощным оружием воздействия на человеческий разум, поскольку информация с помощью специальных подобранных речевых единиц может значительно повлиять на ход событий, мыслей всего человечества [1, с. 5–6].

Изучением масс-медийного дискурса занимается большое количество исследователей, среди которых можно выделить Н. Лумана, М. М. Назарову, М. Маклюэна, М. Р. Желтухину, В. И. Карасика и др. В частности, М. Р. Желтухина определяет масс-медийный дискурс как «связный, вербальный или невербальный, устный или письменный текст в совокупности с прагматическими, социокультурными, психологическими и другими факторами, выраженный средствами массовой коммуникации, взятый в событийном аспекте, представляющий собой действие, участвующий в социокультурном взаимодействии и отражающий механизм сознания коммуникантов» [2, с. 154].

Масс-медийный дискурс обладает сложной структурой, состоит из различных взаимопроникающих жанров. Он представляет собой речевое общение между участниками коммуникации, в основе которого лежит передача определенной информации, которая, так или иначе, влияет на процесс коммуникации.

Масс-медийный дискурс является одним из важнейших элементов в формировании картины мира, поскольку активно задействован в процессах формирования и вербализации ментальных концептов, в частности концепта «ядерная энергетика».

Проблемами возникновения, реализации и вербализации концептов занимаются многие ученые и лингвисты. В центре их исследовательских интересов лежит восприятие и познание мира в процессе социальной активности людей. Изучая концептосферу, ученые подвергают обсуждению не только наблюдаемые действия и явления, но и ментальные представления, когнитивные стратегии, схемы, которые помогают определить деятельность человека [3, с. 3–4].

Как утверждает В. А. Маслова, могут выделяться концепты, которые функционируют в том или ином виде дискурса, при этом сам дискурс может рассматриваться одновременно как совокупность апелляций к концептам и как концепт, который находится в сознании у носителя языка [4, с. 38].

Актуальность данного исследования определяется тем, что анализируемый концепт «ядерная энергетика», как один из ключевых концептов масс-медийного дискурса, обеспечивает знаниями не только о его статусе в СМИ, но и информирует об определенных признаках, варьирующихся в зависимости от контекста российской или зарубежной экономики.

В данной работе делается попытка выявить и описать признаки медиаконцепта «ядерная энергетика» на основе микроконтекстов, отобранных методом сплошной выборки из газеты «Аргументы и факты» за последние 10 лет. В общей сложности было выявлено 28 микроконтекстов с ключевым словом «ядерная энергетика», касающихся не только России, но и зарубежных стран, а именно США, Украины, Венгрии, Австралии, Ирана, Китая, Швейцарии, Японии и др. При этом к наиболее часто встречающимся зарубежным странам относятся Украина и США, а также Япония, Китай и Иран. Это связано с внешнеполитической обстановкой, поставками ядерного оружия и ядерными катастрофами.

В ходе анализа микроконтекстов было обнаружено, что концепт «ядерная энергетика» представляет собой огромный пласт знаний и понятий, поскольку он объединяет другие концепты. Среди них можно отметить: *ядерное оружие, атомное разоружение, ядерные объекты, ядерная программа, ядерная угроза, ядерная энергодвигательная установка, ядерные материалы, ядерная сфера, ядерный потенциал, ядерные/атомные реакторы, ядерное топливо, ядерный конфликт, ядерный терроризм* и т. п. При этом словосочетания «ядерная энергетика» и «атомная энергетика» являются синонимичными и представляют собой единый концепт.

Концепт «ядерная энергетика» богат по своей структуре и имеет много признаков, которые условно можно разделить на две группы в зависимости от коннотации: положительной или отрицательной.

К признакам концепта «ядерная энергетика» с отрицательной коннотацией можно отнести следующие:

- 1) угроза / катастрофа / авария;
- 2) страх / опасение;
- 3) противник / враг.

В группу с положительной коннотацией были отнесены следующие признаки:

- 1) укрепление отношений между странами / сотрудничество / помощь;
- 2) безопасность / охрана / контроль ядерных объектов;
- 3) принятие мер / борьба;
- 4) будущее / новые технологии.

Признак угрозы, которую представляет собой ядерная энергетика, и связанный с ним признак страха перед лицом этой угрозы относятся к концепту «ядерная энергетика», выявленному в микроконтекстах, касающихся, в основном, ядерной энергетики зарубежных стран: Украины, Ирана, Японии, США. Данный признак слабо представлен в контекстах, относящихся к российскому атомному комплексу. Например:

«Представитель России в совете управляющих МАГАТЭ Григорий Берденников заявил, что, если Украина будет использовать на своих АЭС ядерное топливо из США, то это может привести к **аварии**» (18.02.2015);

«В случае реализации ядерной программы Ирана или возникновения ядерного **конфликта** на Ближнем Востоке, по словам Дмитрия Медведева, может случиться гигантская гуманитарная **катастрофа**, начнётся **гонка вооружений**» (14.04.2010);

«**Ядерные угрозы** российского посла в Дании вызывают **беспокойство**, надеюсь, что эскалация риторики не является намеком на конкретные запланированные **действия**» (22.03.2015);

«Украина, меня поставщика ядерного топлива для АЭС, ставит под **угрозу** здоровье жителей своей страны и Европы» (30.12.2014);

«Мы осознаем огромную **угрозу**, которой **ядерное оружие** является для всего человечества. Япония намерена возглавить международные усилия, направленные на **атомное разоружение**» (12.04.2014);

«В Японии, согласно закону, принятому после **аварии** на АЭС «Фукусима-1» в 2011 году, каждые 13 месяцев останавливаются все 50 атомных реакторов» (15.09.2013);

«Американские **стратеги** видят ядерный потенциал России как своего единственного реального **противника**, который может помешать **вторжению** в Хартленд» (14.10.2014);

«Уже сегодня мы каждый день живем с **угрозой**, что **ядерный боезаряд** будет украден или продан кому попало», – заявил в свою очередь Генсек ООН Пан Ги Мун» (24.09.2009);

«Эксперты ООН заявили об **опасениях**, что **ядерные технологии** Сирии попадут к террористам» (04.09.2013);

«Швейцарские политики предложили долгосрочный план отказа от ядерной энергии вскоре после **аварии** на японской АЭС «Фукусима-1»» (28.09.2014).

Таким образом, по вышеперечисленным примерам можно четко проследить негативную коннотацию признаков концепта, которые вербализированы в словах и словосочетаниях типа: *привести к аварии, случится катастрофа, осознать угрозу, ставить под угрозу, опасения*. Кроме этого, данные контексты позволяют выявить дополнительный признак – **противник/враг** – который ассоциативно связан с военными действиями, битвой. Он вербализован в военной риторике: *стратегии, конфликт, гонка вооружений, оружие, разоружение, противник, вторжение, боезаряд*. Негативные признаки концепта тесно связаны с противостоянием, практически войной, которая несет в себе угрозу, страх перед будущим, катастрофу.

Однако наряду с признаками, несущими в себе отрицательную коннотацию, было выявлено значительное количество микроконтекстов, в которых признаки концепта «ядерная энергетика» употребляются, скорее, в положительном значении. Так, примерами контекстов с признаком «**укрепление отношений между странами / сотрудничество / помощь**» являются следующие:

«Глава кабинета министров Венгрии Виктор Орбан заявлял, что ядерный проект является одним из **главных шагов по укреплению** политических и экономических **связей с Россией**» (23.05.2015);

«Мы **обсудили** сегодня возможность **сотрудничества** в сфере ядерной энергии. У Украины есть возможность **закупать** австралийский уран для наших атомных электростанций» (11.12.2014);

«**Выгода** от подписания **соглашений с Ираном** заключается в **развитии** отечественных ядерных технологий и в **удачном** политическом ходе» (12.11.2014);

«Против обеих стран введены санкции, и **сотрудничество** в сфере ядерной энергии, **укрепление отношений** может **помочь** двум странам **успешно** сопротивляться санкциям» (12.11.2014);

«Напомним, в ноябре 2013 года «шестерка» международных посредников и Иран приняли решение подготовить **соглашение** о мирном характере ядерной программы Тегерана в обмен на **снятие санкций**» (23.02.2015).

Как видно из примеров, ключевые слова, определяющие данный признак (*помощь (обеспечение), сотрудничество, укрепление, мирное соглашение*), усилены словами «выгода», «успешно», «главный шаг», что подчеркивает преимущества и положительный эффект от взаимного сотрудничества между странами.

В качестве другого признака концепта, имеющего положительную коннотацию, был выделен признак «**будущее / новые технологии**». Интересно отметить, что этот признак был выявлен в контекстах, в которых речь идет о российской ядерной энергетике:

«Российские и китайские физики **планируют начать** разработку гибридного ядерного реактора **нового поколения**» (14.10.2014);

«В своё время реализация первого атомного проекта привела к появлению огромного количества **новых технологий**» (13.06.2012);

«Сегодня благодаря исследованиям в ядерной сфере речь снова идет о **прорывах** в медицине и биотехнологиях, модификации материалов, информационных технологиях» (13.06.2012);

«**Будущее** атомной энергетики «Росатом» видит в замыкании топливного цикла» (18.12.2013);

«Эксперты Всемирной ядерной ассоциации (WNA), проводя исследование глобального рынка, признали **лидерство России** в атомных **технологиях будущего**» (10.04.2015);

«Один из институтов госкорпорации, Научно-исследовательский и конструкторский институт энерготехники им. Н.А. Доллежалея (НИКИЭТ), уже завершил испытания системы управления реактором ядерной энергодвигательной установки. Она **станет сердцем будущего** транспортно-энергетического модуля, без которого до Марса не долететь» (08.04.2015);

«Россия призывает руководство КНДР ещё раз **взвесить все последствия** решения по вопросам **возобновления** ядерной программы» (14.04.2009);

«Япония решила не отказываться от использования атомной энергии и выбрала путь по **перезапуску** остановленных АЭС после проверки их безопасности» (11.04.2014).

Ключевые слова перечисленных выше микротекстов «разработка нового поколения, реализация, появление технологий, будущее», характеризующие выявленный признак, трактуют его с положительной стороны. Кроме того, благодаря лексемам «прорыв», «лидерство», подчеркивается характер устойчивости и успешности, заложенный в данный признак. Кроме того, последние два микроконтекста семантически расширяют признак в сторону возобновления старого, уже существующего, а не изобретения нового: **возобновление, перезапуск**. При этом положительная коннотация признака остается, хотя и носит не такой ярко выраженный характер: *еще раз взвесить, не отказываться от использования, проверка безопасности*.

Признак «**безопасность / охрана / контроль ядерных объектов**» относится в равной мере к российскому и зарубежному энергетическому контексту. При этом подчеркивается характер равноправия стран в данном вопросе с помощью таких выражений, как: «*сотрудничество продолжится*», «*совместные усилия*», «*международные правила*»:

«**Сотрудничество США и России по программе Нанна-Лугара, которая предусматривает совместные усилия по контролю за нераспространением ядерных материалов, продолжится**» (09.04.2014);

«Глава министерства энергетики и угольной промышленности Украины Эдуард Ставицкий распорядился перевести все ядерные объекты страны на специальный **режим охраны**» (25.01.2014);

«Президент России Дмитрий Медведев считает, что необходимо принять новые **международные правила безопасности на атомных электростанциях**» (26.04.2011).

Очевидно, что признак «**безопасность / охрана / контроль**» вполне нейтрален по своей семантике и риторике, чего нельзя сказать о следующем признаке «**принятие мер / борьба**», который заметно переключается с признаком «**угроза / катастрофа / авария**». Но если последний относится, скорее, к зарубежным странам, то признак «**принятие мер / борьба**» актуализирован также в контекстах, связанных с Россией и российской атомной энергетикой:

«На саммите в Вашингтоне лидеры подтвердили **актуальность принятой** несколько лет назад, кстати, с подачи России **конвенции по предотвращению актов ядерного терроризма**. К ней присоединились уже 70 государств. А также **совместную** России и США Глобальную инициативу по **борьбе с актами ядерного терроризма**. «Смысл, – пояснил глава МИД России Сергей Лавров содержание дискуссий, – обязать государства **принять все необходимые меры**, чтобы ядерные материалы и материалы, относящиеся к **ядерному оружию**, любые компоненты не попадали в руки **террористов** и в принципе в руки негосударственных игроков, не имеющих на то права» (14.04.2010);

«Швейцарские политики предложили долгосрочный **план отказа от ядерной энергии** вскоре после аварии на японской АЭС «Фукусима-1» (28.09.2014);

«Совет Безопасности ООН уже дважды **накладывал санкции** на Тегеран из-за его нежелания подчиниться требованию международного сообщества прекратить обогащение урана. В настоящее время Франция и США готовят **новый пакет санкций против Ирана**» (16.10.2007);

«Мы осознаем огромную угрозу, которой ядерное оружие является для всего человечества. Япония намерена **возглавить международные усилия**, направленные на **атомное разоружение**» (12.04.2014).

Этот признак концепта также в полной мере пользуется военной риторикой, как и признак «**угроза / катастрофа / авария**» (терроризм, борьба, оружие, разоружение), но, в отличие от него, явно подчеркивает процесс мирного урегулирования возможных конфликтов, связанных с ядерной темой: *предотвращение, принять меры, отказ, возглавить усилия*.

Итак, в результате анализа способов реализации медиаконцепта «ядерная энергетика» в российском масс-медийном дискурсе по материалам газеты «Аргументы и факты» были получены следующие результаты. Во-первых, можно отметить, что описываемый медиаконцепт имеет явную положительную коннотацию. Это означает, что в СМИ «ядерную энергетiku» рассматривают в качестве средства укрепления отношений между государствами, видят за ней будущее, уверены в ее безопасности.

Во-вторых, интересно отметить распределение признаков концепта в зависимости от российского и зарубежного контекста. Когда речь идет о российской ядерной энергетике, на первый план выходит признак будущего, закрепляющий в массовом сознании идею первенства России в разработке и развитии новых технологий, технологий будущего. В одинаковой мере применительно к России и зарубежным странам раскрываются и признаки укрепления отношений между странами, сотрудничества, а также безопасности и охраны. Что же касается признаков концепта «ядерная энергетика» с отрицательной коннотацией, то они чаще всего выдвигаются на первый план при описании зарубежного ядерного комплекса. Именно здесь речь идет об угрозах, катастрофах, именно здесь чаще всего можно встретить военную риторiku, именно здесь «ядерная энергетика» тесно ассоциирована с понятиями «враг», «противник», «противостояние».

Список использованных источников

1. Александрова О. В. Язык средств массовой информации как часть коллективного пространства общества // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования. – М.: Изд-во МГУ, 2003. – С. 89–99.
2. Желтухина М. Р. Политический и масс-медиаальный дискурсы: воздействие – восприятие – интерпретация // Язык, сознание, коммуникация. – М., 2003. – Вып. 23. – С. 38–51.

3. Попова З. Д., Стернин И. А. Очерки по когнитивной лингвистике. – Воронеж, 2003. – 191 с.
4. Маслова В. А. Когнитивная лингвистика. – Минск: Тетра Системс, 2005. – 256 с.

Научный руководитель И. А. Вяткина, канд. филол. наук, доцент ТПУ

Хабушева Л. М., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

E-mail: fashion_Lina@inbox.ru

Khabusheva L. M.

**CHARACTERISTICS OF THE REALIZATION OF CONCEPT
«NUCLEAR ENERGY» IN THE MEDIA DISCOURSE
(ACCORDING TO THE NEWSPAPER «ARGUMENTS AND FACTS»)**

This article attempts to identify and describe signs of the media concept «Nuclear energy» in the Russian media discourse based on micro contexts, which are taken by selection method from the newspaper «Arguments and Facts» in the last 10 years. As a result of the analysis, the author concludes different degree of manifestation of conceptual signs in the media discourse depending on the Russian or on the foreign contexts.

Keywords: *nuclear energy, atomic energy, discourse, media discourse, conceptology, concept, media concept, micro contexts, conceptual signs.*

Khabusheva L. M., student

National Research Tomsk Polytechnic University

E-mail: fashion_Lina@inbox.ru

ЯЗЫКОВАЯ И РЕЧЕВАЯ КОММУНИКАЦИЯ: ДИСКУРСЫ, ЖАНРЫ, СТРАТЕГИИ

Бушев А. Б.

НЕГОСУДАРСТВЕННЫЕ УЧАСТНИКИ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ И ДИСКУРС ГЛОБАЛЬНЫХ МЕДИА

Статья посвящена особенностям политического дискурса в глобальных СМИ, рассматриваемых как один из видов негосударственных акторов в международных отношениях. Подчеркивается роль когнитивных техник интерпретации, необходимых для понимания контента глобальных медиа, формирующихся в Интернете в наши дни. На примере дискурса о европейской интеграции в работе обсуждаются оценочность и стереотипы, важные в интерпретации и понимании политического дискурса в масс-медийных условиях. Рассматриваются подходы к анализу дискурса.

***Ключевые слова:** негосударственные участники международных отношений, интеграция и глобализация, глобальные медиа, интерпретация, политология, термины, оценочность, стереотипы, политическая (не)корректность.*

Настоящая статья посвящена масс-медиа, рассматриваемым как негосударственные участники международных отношений. На примере интеграционного дискурса рассматривается современный этап глобальной журналистики. Материалом послужили многочисленные интернет-источники, в том числе глобальные масс-медиа. Используется метод дискурсивного анализа.

При преподавании магистрантам-международникам курсов по теории международных отношений возникает необходимость обратиться к **материалам масс-медиа, аутентичным документам международных организаций, документам сайтов**. Так, по курсу «Негосударственные участники международных отношений» необходимо обсудить не только существующие на сегодня парадигмы международных отношений в преломлении к спектру их участников, но и последние актуальные события, освещаемые, в том числе, и в мировых СМИ.

К работе с материалами обучаемые приступают, уже освоив глоссарий проблематики. Сюда относятся, например, такие понятия, как типы негосударственных акторов, Вестфальская и сетевая модели международных отношений и влияние глобализации, классификация неправительственных организаций, неофициальная дипломатия (*Track-II diplomacy*), финансирование неправительственных организаций, межправительственные организации, корпорации и неправительственные организации, гражданское общество и его история и теория, юридическая база неправительственных организаций, критика деятельности неправительственных организаций, ТНК, силовые негосударственные акторы и приватизация силы в мировой политике, Оксфэм, этнические диаспоры, примеры тайных организаций сопротивления и модели инсургентов, Аль-Каеда, наркокартели [1–3]. Особого внимания заслуживают религиозные организации – участники межэтнического и межконфессионального взаимодействия.

Статьи из Википедии, не являющиеся научными, можно использовать как пропедевтический уровень знакомства с проблемой. В рамках пропозиций стандартных справочных статей учащиеся выстраивают собственный, поначалу стандартизированный дискурс по тематической ситуации.

Этому же способствуют **различные обучающие материалы**. Например, на сайте ЕС представлены документы для усвоения интеграции школьниками разных возрастов.

При обсуждении интеграции на постсоветском пространстве полезно рассмотреть деятельность таких организаций, как ЕвразЭС, ОДКБ, ШОС, СНГ, Таможенный союз, при обсуждении азиатской интеграции – АТЭС, АТР, АСЕАН+3, АРСИО, SAARC, PIF, EAS, план Коломбо и т. д.

При обсуждении субрегиональной интеграции возможно обратиться к сайтам ЧЭС, Балтийской ассамблеи, Северного Совета, Арктического совета, конференции парламентариев Арктического региона и прочим субрегиональным организациям.

При обсуждении латиноамериканской интеграции рассматривается деятельность **Латиноамериканской Ассоциации интеграции, Латиноамериканской экономической системы**. Американские интеграционные процессы рассматриваются на примере НАФТА, общего рынка стран Южного конуса (МЕРКОСУР), Андского сообщества наций (АСН), Центрально-американской системы интеграции, Карибского общего рынка, Южноамериканского сообщества наций, группы РИО, МАБР и т. д.

Особое внимание вызывает сотрудничество исламских государств – **Организация Исламская конференция, Совет сотрудничества государств Персидского залива, ОПЕК, Лига арабских государств** и т. д.

Субрегиональные группировки в Африке рассматриваются на примере **Конференции сообщества развития Юга Африки, Экономического сообщества стран Западной Африки, Восточно-Африканского сообщества, Общего рынка Восточной и Южной Африки, Африканского Союза, НЕПАД**.

Представляется необходимым обратить внимание на номенклатуру данных группировок и международных межправительственных организаций, состав участников, дать их краткую характеристику, посмотреть на их присутствие в системе Интернет. На многих сайтах располагаются документы данных организаций, что впервые представляет новый материал.

На некоторых сайтах есть материалы, связанные с PR-обеспечением деятельности (расшифровки выступлений официальных лиц, пресс-релизы и т. д.). Представляется необходимым знакомство с узусом документов этих жанров.

Показательно, что в рамках курса о негосударственных участниках международных отношений возникает необходимость собирать информацию о **негосударственных международных организациях**, таких как Гринпис, Транспэренси Интернэшнл, Хьюман Райтс Вотч, Эмнести Интернэшнл и т. д. Привлекают внимание также **ТНК**, из которых у некоторых бюджеты больше бюджетов стран и которые участвуют в мировой политике. **Все эти организации имеют представительства в Сети, на сайтах некоторых из них, например ОПЕК, приводятся интересные отчеты и документы, ранее не анализируемые исследователями международных отношений ввиду их малой доступности. Всё это представляет большой интерес как для магистрантов, так и для науки международных отношений.**

Вместе с тем полезно и обращение к **жанрам новостных сообщений в качественной прессе**. Например, это сделано нами при обсуждении текущей политики на Украине в рамках Десятого форума Европа-Азия. Привлекает специфика номинаций участников конфликта и самого конфликта и путей его разрешения. Клише представляются хорошей базой для овладения ходовыми эвфемизмами, характерными для дипломатического языка, который хотя и возникает на основе официально-делового и газетного стилей, характеризуется собственной прагматической спецификой. Эти и другие особенности обсуждаются нами в работах, посвященных специфике политического дискурса в масс-медиа [4–8]. Показательно наличие на сайтах системы перекрестных ссылок, отсылок к фоновой информации [9–11]. Это способствует усвоению стандартов качественной аналитической прессы.

На сайтах глобальных медиа присутствуют материалы видео, таким образом, эти сайты представляют конвергентные мультимедийные интерактивные средства массовой информации. Это позволяет говорить о том, что сами мировые СМИ, формируя повестку дня, участвуют в формировании мировой политики и являют собой негосударственного актора международных отношений [12; 13].

К суждению о мировой политике привлечены **дискурсивные исследования** – в их развитии от З. Харриса, через Т. Ван Дейка и Р. Водак, до Д. Юла, Д. Брауна, Д. Шифрин, Д. Таннен, Н. Фарклау, М. Йогнесен и др. Мы можем отметить, что в американской традиции *дискурсивный* понимается практически как *неориторический*, а дискурс-исследования смыкаются с имеющей богатую традицию, свой инструментарий, хорошо институционализированной риторикой. Показательны в этом направлении отечественные дискурсивные исследования: работы уральской группы «Дискурс Пи» под руководством О. Ф. Русаковой, выходящий белгородский Интернет-журнал дискурсивных исследований под руководством Е. А. Кожемякина.

Непонятно, сама ли действительность оперативнее представляет материал, или активнее идет накопление знаний и разработка самого метода дискурсивного анализа [14–16]. Отметим, что в наших исследованиях на первоначальном этапе внимание привлекли освещение бомбардировок Косово 1999 г. и их освещение в сети Интернет. Определенной оптикой снабдили исследователей информационные войны на Северном Кавказе. Экспланаторной силой обладают и работы школы Г. Г. Почепцова, связанные дискурсом Оранжевой революции на Украине [17]. После событий 11 сентября 2001 г. нами проведено исследование военно-политической риторики операции «Несокрушимая свобода» и «Иракская свобода», активно освещаемой мировыми масс-медиа. Определенный материал дали этно- и социально-окрашенные выступления в Париже 2005 г. – нами проводилось исследование беспорядков во Франции в 2005 г. 2011 г. представил материал по беспорядкам в Великобритании. И публичная политика тоже способствует формированию представлений о критическом анализе дискурса. В последние годы мы могли наблюдать в Интернете и масс-медиа избирательные кампании по выборам президентов США и Франции, которые уже выплеснулись и на пространство блогосферы. Это, безусловно, представляет собой новый феномен. Последние самые актуальные материалы опять вновь спешит «поставить» исследователю жизнь – движение индигнадос в Испании, акция «Occupy the Wall Street» и демонстрации в Греции, наконец, операция коалиционных сил в Ливии и уничтожение М. Каддафи, операции по уничтожению С. Хуссейна, О. Бен Ладена. Дискурс об экономическом кризисе и дискурс мультикультурализма также способствуют разработке категориального аппарата дискурсивных исследований.

При изучении курса зарубежной журналистики не составляет никакого труда – благодаря интернетизации и конвергенции, развитию и повсеместному распространению спутниковых каналов доставки контента – смотреть передачи Би-би-си, Евроньюз и Блумберг-Юроп.

Изменились и реалии работы журналиста: интернет-СМИ преодолели некогда прочный железный занавес, стали поистине трансграничны. Сегодняшний студент владеет новой латынью глобальных медиа – английским языком. К его услугам онлайн-мультимедийные интернет-СМИ и традиционные СМИ в Интернете. Простейшего взаимодействия с сайтами достаточно, чтобы найти примеры гипертекстовости, мультимедийности, интерактивности и трансграничности как родовых признаков новых СМИ. Без труда ориентируется новый потребитель и в мультимедийном контенте. Прочтение блогов на сайтах традиционно

печатных некогда СМИ заставляет нас понять фигуру *просьюмера*. Контент, генерируемый пользователями (UGC), повсеместно модерируется на сайтах онлайн-СМИ. Понятны и принципы работы конвергентной редакции – постоянный мониторинг лент новостных агентств 24 часа в сутки, 7 дней в неделю. Для теоретического осмысления явлений конвергентных СМИ, привлечения теорий информационного общества можно рекомендовать современные работы [2; 9–11]. Здесь для изучающего зарубежные СМИ интересны наблюдения над общественным ТВ (Би-би-си) и рассмотрение Евроньюз как противовеса англоязычным СМИ, с характерным для последних стилем без интерпретации, новостями без журналистов в студии, принципами формирования новостного канала европейской точки зрения.

Новые реалии – осмысление дигитализации и конвергенции СМИ – и новые практики не вызывают затруднения у детей компьютерного века. Сведение всех каналов трансляции контента к одному экрану компьютера понятно и без долгих объяснений.

Изменения технологии стремительны – вот почему безнадежно устарели главы о технологиях СМИ, например, в учебнике С. А. Михайлова «Зарубежные СМИ». Там, например, говорится о вероятности возможности получать контент СМИ на экран смартфона, заходить в Интернет со смартфона и т. д. Вполне обыденные ныне электронные книги подаются как последнее чудо техники. Нет достаточного перечня носителей электронных форматов контента и т. д., не обсуждается массовая коммуникация в социальных сетях и ее правовой статус. Последний феномен привносит новое в понимание взаимодействия СМИ и общественного сознания: так, книгу А. Подшибякина «По живому» характеризуют любопытные главы о том, как ЖЖ меняет реальность, и о спецрепортаже нон-стоп, осуществляемом просьюмерами в социальной сети.

По конкретным странам по курсу могут быть рекомендованы книги Л. В. Шарончиковой «Радиовещание и телевидение Франции», М. И. Макеенко «Радиовещание и телевидение США в новом столетии: структура, экономика, стратегии» и Г. Ф. Вороненковой «Путь длиною в пять столетий: от рукописного листка до информационного общества. Национальное своеобразие СМИ Германии». Все три книги написаны профессионалами исследования СМИ в соответствующих странах, содержат множество фактической информации о структуре и тенденциях СМИ, но нигде нет ни одного примера тематизма контента масс-медиа и тем более текстов СМИ. В этих трудах практически не рассмотрен дискурс СМИ: проблематика, язык, особенности представления дискурса, теории повестки дня, развития новости. Какие новости представляют СМИ и каким языком они говорят? Как конструируются смыслы? Что в хедлайнах? После прочтения данных монографий это остается загадкой.

В то же время зарубежный учебник «Медиа. Введение» под редакцией А. Бриггса [13] уже после обсуждения самих медиа предлагает нам обсуждение дискурсивного конструирования таких вопросов, как социальный класс, гендер, сексуальность, раса, этничность, молодежь и молодежность, национальность, привилегированность, инвалиды, спорт, парламентская политика и цензура и т. д. Необходимо рассмотрение вопросов социального, экономического, военного, политического, культурного, бытового, научно-популярного дискурса в СМИ и т. д. Ведь само определение журналистики свидетельствует о профессиональном обсуждении социальных проблем фактографическими методами. Какова повестка дня СМИ, каковы стереотипы представления ситуаций, благодаря чему конструируется та или иная точка зрения, как достигается баланс точек зрения, как СМИ отражают состояние своего потребителя и, наоборот, конструируют его сознание? На эти вопросы нет ровно никакого ответа в указанных монографиях.

Поэтому представляется логичным подход исследователей дискурса. Только дешифровка языковых знаков, привязка означаемого к означающему заставит нас говорить о глобалистском и маргинальном дискурсе, о навязывании точки зрения, об отражении социума и социоконструктивистской нормализаторской функции дискурса СМИ.

Так, например, **европейская интеграция и ее международные институты** – тема частая и в обсуждении текущей политики, и в научной рефлексии, и в академическом дискурсе.

Дискурс европейской интеграции, европейские ценности – предмет многочисленных работ по евроинтеграции. Современные исследования европейской интеграции проводятся юристами, политологами, экономистами, культурологами, историками и имеют достаточную библиографию (Топорнин Б. Н., Энтин М. Л., Кашкин С. Ю., Буторина О. В., Арбатова Н. К., Попова О. В., Малинова О. Ю., Орлов Б. С., Пашковская И. Г., Павлов Н. В., Рубинский Ю. И., Донова Е. В., Иванов И. Д., Бусыгина И. М., Вайнштейн Г. И., Погорельская С. В., Громыко А. А., Делягин М. Г., Кембаев Ж. М., Борко Ю. А., Зорькин В. Д., Мотрошилова Н. С., Мchedлова Е. М., Фурман Е. Д., Марченко М. Н., Лукин В. П., Гутник В. П., Расторгуев В. Н.).

Элементы **интеграционных процессов** историки прослеживают еще в наследии Римской империи и римского права, в империи Карла Великого, в европейских идеях конца XIX – начала XX в., в идеях А. Бриана о пан-Европе. Но, как известно, лишь в послевоенное время в Европе устранены материальные основы войн между государствами и созданы условия для экономической интеграции. В России Европа традиционно рассматривается как средоточие, квинтэссенция цивилизации и демократии. Внимание привлекает **ценностный фундамент** единой Европы. Европу объединяет согласие по вопросам, связанным с прошлым Европы, – отказ от войн, от тоталитарных режимов правления, защита прав человека, верховенство закона, демократия, рыночная экономика.

Европейская идея – интеллектуальное течение. Европу объединяют рациональные, лично свободные индивидуумы, верховенство закона, равенство всех граждан перед законом, принцип и институт

частной собственности, интенсивные способы хозяйствования, культура добровольной ассоциации, разумного компромисса и солидарности, капитализм, наличие на определенном этапе буржуазии как главенствующего, руководящего класса общества, обладающего высокой степенью социальной ответственности, существование гражданского общества, политической демократии.

На глазах одного-двух поколений из сравнительно небольшого субрегионального объединения экономического характера – ЕЭС – Евросоюз трансформировался в подлинно европейский интегративный орган универсальной компетенции. В единой Европе проживают 495 миллионов человек, ее ВВП больше 12 триллионов евро. Евросоюз – центр силы, значимый торговый партнер.

Сообщество создано правом, но является источником права, и оно образует правопорядок. Исследователей **европейского институционализма** привлекают **наднациональность**, выражающаяся в сочетании признаков международной организации суверенных национальных государств и наднационального объединения государств-членов. Принципы **субсидиарности и пропорциональности**, отраженные в Лиссабонском договоре, трактуют особенности власти в ЕС. Субсидиарность – взаимная ответственность и взаимная дополняемость органов государственной власти субъектов при совместном решении общегосударственных, региональных и местных проблем. Только после Лиссабона Европа начала реально существовать как политическое целое в глазах всего мира. В орбиту ЕС включились ЕЦБ, Счетная палата, суд ЕС.

В европейском дискурсе обсуждается европолитика в следующих сферах.

1. Экономическая и социальная сферы. Единый внутренний рынок – основа основ европейской интеграции. Здесь нет границ, действуют четыре свободы – свобода передвижения товаров, свобода движения услуг, свобода движения капиталов, свобода движения физических лиц (рабочей силы). В связи с еврокризисом особенно обсуждается экономический и валютный союз (ЭВС).

2. Внешняя политика. Перспективы министерства иностранных дел Европы.

3. Политика безопасности ОВПБ (ОИПБ) и ЕПБО (= ОПБО). Расширение Петербургских задач, общее обязательство солидарного ответа угрозам терроризма, создание европейского агентства оборонных и стратегических исследований. В 2003 г. ЕС принял стратегию безопасности, в которой он провозгласил такие задачи, как ответственность за безопасность в мире, борьба с терроризмом, распространением оружия массового уничтожения (ОМУ), предупреждение и урегулирование региональных конфликтов, развитие культуры стратегического мышления. Ведется дискуссия о функциях европейского оборонного агентства и сил быстрого реагирования.

4. Полицийское и судебное сотрудничество.

5. Бюджет ЕС формируется из собственных доходов ЕС: фиксированные отчисления в зависимости от ВВП, фиксированные отчисления от ВВП, НДС, таможенные пошлины, налог на импорт сельскохозяйственной продукции. Расходы на сельское хозяйство – самая большая статья ЕС (55 млрд. евро в 2008 г.). Показательно, что некоторые члены ЕС считают условия ЕС дискриминационным для себя. Вот, к примеру, немецкие платежи. В Германии проживет 17 % населения ЕС, но она располагает 13 % голосов в Европарламенте. Доля Германии в общем бюджете 20 %, а получает из него 12 %. Немецкие платежи в расчете на душу населения составляют 87 евро. Те преимущества, которые дает Германии общий рынок, экспорт и низкая стоимость банковских операций вследствие существования единой валюты, как считают некоторые немцы, не компенсируются.

К критериям, по которым оценивается благосостояние отдельных стран Евросоюза, относят экономический рост, инфляцию, занятость, безработицу, социальный стандарт. Многочисленные исследования отмечают глубокую внутреннюю дифференциацию, новый европейский колониализм, европейский кризис, кризис морали.

В состоянии ли постлиссабонский ЕС ликвидировать дефицит демократии и преодолеть возросшее отчуждение граждан от общеевропейской идеи. Наблюдается разрыв между «Европой институтов» и «Европой граждан». Европе не хватает привлекательных проектов на будущее, ей грозит омузеивание. Необходимо обосновать смысл дальнейшей интеграции (показательная история с конституцией ЕС). Сегодняшняя эрозия солидарности в ЕС выражается в применении гибкой интеграции в рамках экономического и валютного союза ЕС. Слабо расширяется область полномочий ЕС – вне их остаются налоги, соцстрахование, государственные доходы, общая внешняя политика, политика безопасности.

Евроскептики указывают на слабость Европарламента, отсутствие европейского народа, дисбаланс в соотношении европейского права и права национальных государств.

Дискуссионной предстает и **европейская идентичность**. Часто она строится на культурно-исторических основаниях. Играть роль христианские корни, пережитый тоталитаризм, две войны, закат Европы. В случае если европейская идентичность формируется сверху, сторонники делают акцент на общем наследии, ценностях, этносах. Однако к Евросоюзу присоединилась православная Греция, ставился вопрос о вступлении мусульманской Турции. В случае если идентичность формируется снизу, то отслеживается, сколько людей определяют себя как европейцы и что они под этим понимают. Суть подхода Ю. Хабермаса: перейти от этноса к демосу. В трактовке Ю. Хабермаса, европейская общность – это не новая социальная группа, для которой принадлежность к Европе является первичной, а скорее общность коммуникаций гражданских обществ стран ЕС по политическим и социально значимым темам, в ходе которых формируется

общеевропейский дискурс. Существуют разные теории интеграции, в том числе коммуникативная. Значимым представляется умение интерпретировать медийный и политический дискурс.

Европейская национальная и политическая идентичность остается значимым вопросом общеевропейского дискурса. В современной политической науке основными объектами, с которыми соотносится понятие «идентичность», выступают территория, язык, идеи, культура и история.

Усилия организаторов ЕС направлены на ускоренное формирование коллективной наднациональной идентичности через общность политических институтов, а также перенос акцентов с информационно-коммуникативных оснований европейской идентичности на ее политическую составляющую.

Существенной составляющей дискурса европейской интеграции является евроскептицизм. Существуют разные группы: евроскептики, которые критикуют европейскую интеграцию с крайне правых или консервативных позиций; евроскептики, которые в политических целях используют лозунги борьбы с коррупцией и бюрократической системой; третья группа, которая подчеркивает глобалистский, враждебный общим интересам характер интеграции. Во имя социально ориентированной равноправной Европы они выступают против создания системы институтов ЕС и утверждения в нем ценностей.

Для исследователей информатизации науки особенно важным представляется отметить, что мы видим социальный эффект информационных технологий – возможности познакомиться с европейскими и мировыми документами, определяющими социальную политику в разных странах. Так, обучаемые при помощи источников Интернета знакомятся с **целым корпусом документов европейской интеграции: договоры ЕС (особенно Лиссабонский), Хартия основных прав трудящихся 89 года, Хартия фундаментальных прав ЕС, Европейская конвенция по правам человека, Европейская социальная хартия.**

Приведем материал с **сайта EUROPA, суммирующего европейское законодательство.** Особенно важной представляется система перекрестных ссылок, характерная для информационной культуры сети Интернет.

Community Charter of Fundamental Social Rights of Workers

The Community Charter of Fundamental Social Rights for Workers, adopted in 1989, establishes the major principles on which the European labour law model is based. It applies to the following areas:

- free movement of workers;
- employment and remuneration;
- improvement of working conditions;
- social protection;
- freedom of association and collective bargaining;
- vocational training;
- equal treatment for men and women;
- information, consultation and participation of workers;
- health protection and safety at the workplace;
- protection of children, adolescents, elderly persons, and disabled persons.

These social rights represent a foundation of minimum provisions common to all the European Union (EU) Member States. The provisions of the Charter were kept by the Lisbon Treaty (Article 151 of the Treaty on the Functioning of the EU) and by the EU Charter of Fundamental Rights.

Context

The Charter was adopted in accordance with the preamble of the Treaty establishing the European Economic Community, which recognised the need to continually work towards improving the living and working conditions of European citizens.

It was only adopted by the United Kingdom in 1998 as part of the integration of the principles of the Charter into the Amsterdam Treaty.

Существенно, что наличествует возможность знакомства с узусом международных документов, их языком: EU Charter of Fundamental Rights, Community Charter of Fundamental Social Rights.

Обучаемые работают с **сайтами европейских институтов**: посещают сайты ЕС, Европарламента, Еврокомиссии, Европейского социального фонда, Европейского фонда регионального развития. Для изучения предвыборного дискурса мировые медиа представляют возможность изучать дебаты – наличествующие в сети транскрипты дают возможность анализировать политическое дебатирование, точки зрения по основным вопросам повестки дня.

Обсуждая деятельность международных организаций, обучаемые осуществляют **поиск актуальных источников: ОБСЕ – Хельсинкский заключительный акт, Парижская хартия для Новой Европы, Хартия европейской безопасности.** Предоставляет Интернет и возможность получения современных актуальных материалов по европейскому кризису.

С 1996 г. Россия – член Совета Европы. Совет Европы также является одним из центров гуманитарной, правовой интеграции. В уставе этой организации сказано, что его деятельность осуществляется во имя защиты и осуществления идеалов и принципов, являющихся их общим достоянием, и содействия экономическому и социальному прогрессу. СЕ концентрирует свою компетенцию на обеспечении прав и свобод человека и гражданина. Традиционно рассматривается и функционирует как

главный международный форум прав человека в Европе, правозащитная организация. В СЕ нет правотворчества.

Явственна значимость тематики для России, где порой сложно идет формирование гражданского общества.

В итоге изучения спецкурса у обучаемых формируются представления по **европейской политической, институциональной, правовой и социально-культурной интеграции.**

Представленный нами проект будет выглядеть как мультимедийный курс с элементами обучения на иностранных языках, актуальных для специальности (английский и французский). Разработанные модули посвящены конкретным негосударственным участникам международных отношений, перечисленным выше. Магистранты получают обучающую платформу, которую они смогут использовать как для очной подготовки, так и для дистанционной.

Список использованных источников

1. Ачкасов В. А., Ланцов С. А. Мировая политика и международные отношения. – М.: Аспект-Пресс, 2011. – 480 с.
2. Кувалдин В. Б. Глобальный мир: экономика, политика, международные отношения. – М.: Магистр, 2009. – 207 с.
3. Цыганков П. А. Участники международных отношений // Теория международных отношений. – М.: Гардарики, 2003. – С. 228–252.
4. Бушев А. Б. Русская языковая личность профессионального переводчика: дис. ... д-ра филол. наук. – М., 2010.
5. Бушев А. Б. Языковая личность военного переводчика и информационные технологии: риторико-герменевтический подход к мастерству переводчика: монография. – Lambert Academic Publishing, 2011. – 276 с.
6. Бушев А. Б. Герменевтика актуального медийного дискурса // Современный дискурс-анализ. – 2012. – Вып. 6. URL: <http://discourseanalysis.org/ada6/st41.shtml>.
7. Бушев А. Б. Как учиться интерпретировать глобальные медиа? // Язык в пространстве коммуникации и культуры. Мат-лы VI Междунар. науч. конф. по актуальным проблемам теории языка и коммуникации. 29 июня 2012 г. (ред. Н. В. Иванов). – М.: Книга и бизнес, 2012. – С. 380–386.
8. Бушев А. Б. Идеи предвыборных дебатов в США как культурно-риторический феномен // Филологические науки в МГИМО: сб. науч. трудов. – № 47 (62) / Отв. редактор Г. И. Гладков. – М.: МГИМО (У) МИД России, 2012. – С. 22–35.
9. Интернет-СМИ. Теория и практика / Под ред. М. М. Лукиной. – М.: Аспект Пресс, 2010. – 348 с.
10. Калмыков А. А., Коханова Л. А. Интернет-СМИ. – М., 2010.
11. Мутагиров Д. З. Международные политические институты. – М.: Университетская книга; Логос, 2009. – 384 с.
12. Глобалистика. Гл. ред. И. И. Мазур, А. Н. Чумаков. – М.: ООО «Радуга», 2003. – С. 566–567.
13. Медиа. Введение / Под ред. А. Бригза и П. Колби. – М., 2005.
14. Концептуализация политики / Под ред. д-ра пед. наук, проф. М. В. Ильина. Серия «Новая перспектива». – Вып. XXI. – М.: Московский общественный научный фонд, 2001. – 314 с.
15. Подшибякин А. По живому. – М., 2011.
16. Политический дискурс в России 1996–2006. Хрестоматия / Сост., общ. ред. В. Н. Базылев. – М.: ГИРЯ им. А. С. Пушкина, 2007. – 208 с.
17. Почепцов Г. Г. Революция.com. Основы протестной инженерии. – М.: Европа, 2005. – 530 с.

Бушев А. Б., д-р филол. наук, профессор
Тверской государственный университет
E-mail: alex.bouchev@list.ru

Bouchev A. B.

GLOBAL MEDIA AS NON-STATE ACTORS OF INTERNATIONAL RELATIONS

The paper is devoted to the characteristics of global mass media political discourse, the global media being looked at as non-state actor of international relations. The paper stresses the need of elaborating cognitive techniques of comprehension of global mass media discourse and analyses the peculiarities of political discourse shedding light upon nominations and assessments/ As an example the paper discusses the discourse of European integration./ The author shows stereotyped expressions, axiological connotations of terms and as generic features of political discourse. The paradigm approaches to discourse interpretation in politics are also of interest.

Keywords: *non-state actors of international relations, integration and globalization, mass media discourse, interpretation, assessments, stereotypes, political (non) correctness.*

Bouchev A. B., PhD in Philology, Professor
Tver State University
E-mail: alex.bouchev@list.ru

ЖАНРЫ РЕЧЕВОГО ТВОРЧЕСТВА В ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ НА ФОНЕ ЖАНРОВ КЛАССИЧЕСКОЙ ЛИТЕРАТУРЫ*

Работа посвящена сопоставительному исследованию жанров речевого творчества современной молодежи в интернет-коммуникации и жанров классической русской литературы в речеведческом аспекте. Утверждается взаимосвязь данных жанров как вторичных и первичных. Предложен список сопоставимых жанров сетевой литературы и классической литературы. В результате сопоставления жанров «интернет-миниатюра» и «стихотворение в прозе» выявлены две противоположные тенденции: сохранение базовых жанрообразующих характеристик (память жанра) и изменение данных характеристик под воздействием интернет-дискурса (дискурсивные трансформации).

Ключевые слова: *речевой жанр, интернет-коммуникация, сетевая литература, интернет-миниатюра, стихотворение в прозе, память жанра, дискурсивные трансформации.*

В настоящее время интернет-технологии стремительно развиваются, коммуникация в виртуальной среде осуществляется в разных сферах деятельности человека, что обуславливает исследовательский интерес лингвистов к изучению интернет-коммуникации в различных аспектах. В том числе в последнее десятилетие одним из актуальных направлений лингвистики становится виртуальное жанроведение. В проблемное поле виртуального жанроведения входят различные задачи: определение, выявление и описание виртуальных категорий; составление модели описания и функционирования виртуальных жанров и их типологии; анализ эволюции виртуальных жанров; выявление отношения между традиционными «бумажными» и виртуальными жанрами и т. п. (см. об этом [1]). Новейшие исследования в области виртуального жанроведения посвящены изучению таких специфических жанровых форм виртуального дискурса / интернет-коммуникации / электронной коммуникации, как персональная страница, блог, чат, демотиватор, статус, байлайнер и т. п.

Не теряет своей актуальности вопрос классификации / типологизации речевых жанров, функционирующих в Интернете. Нередко выделяются три группы таких жанров: 1) традиционные «бумажные» жанры – тексты, выложенные на страницах Интернета в виде файлов, без каких-либо изменений; 2) сетевые (дигитальные) жанры, которые появились и функционируют только в Интернете; 3) гибридные жанры, представляющие собой значительно изменившиеся под воздействием Интернета традиционные жанры (см., например, [2]). Несомненно, вторая из названных групп жанров, к которым относятся, например, чат, блог, форум, сайт и т. п., действительно объединяет жанры, порожденные именно интернет-средой, значительно отличающиеся от жанров других форм коммуникации. Однако согласимся с О. Ю. Усачевой, что такие «исконно сетевые» жанры нельзя жестко отделять от жанров «традиционных»: «Так, несмотря на кажущееся своеобразие чата, который почти безоговорочно зачисляется в перечень жанровых новаций, возникших благодаря Интернету, в нем нетрудно усмотреть многие структурные и функционально-стилистические признаки варианта бытового диалога (дружеского разговора, болтовни, беседы и под.)» [3, с. 58]. Интернет-жанры включают в свой состав канонические жанры различных культурных сфер, т. е. жанры, которые не появились в дискурсе интернет-коммуникации, а уже существовали до этого. Такие жанры не представляют собой собственно интернет-жанрами, они являются речевыми жанрами в Интернете, входящими в состав интернет-жанров в качестве субжанров.

Взаимосвязь жанров интернет-коммуникации и традиционных неинтернет-жанров закономерно рассматривать в аспекте вторичности – первичности. Так, например, Н. Б. Рогачева говорит о вторично-речевых жанрах интернет-коммуникации как о структурно-содержательной модели, производной по отношению к речевым жанрам неинтернет-коммуникации [4, с. 4]. Исследователь сопоставляет блог, форум и чат с жанрами болтовни, small talk, разговора по душам, дневника, личной переписки, публицистической статьи по параметрам «коммуникативная цель», «образ автора и характер его связи с адресатом», «соотношение “стандарт-вариативность”», «стилистическая и тональная окраска», «используемые коды», «состав и распределение структурных единиц и их функций» [4, с. 9].

По аналогии с вышеописанными наблюдениями, в нашем исследовании исходим из предположения о том, что жанры речевого творчества современной российской молодежи в интернет-коммуникации (так называемая сетевая литература, сетература, сетелитература) являются развитием жанрового пространства классической русской литературы, т. е. между жанрами сетературы и жанрами классической литературы существуют отношения преемственности, построенные на основе «памяти жанра» (М. М. Бахтин [5]), позволяющей речевому жанру сохранять свои ключевые жанровые характеристики. Отметим, что в нашем исследовании жанры речевого творчества в интернет-дискурсе и жанры художественного (литературного) дискурса рассматриваются не как литературные жанры, а как коммуникативно-речевые явления, как жанры речи. Соответственно, все характеристики исследуемых текстов мы рассматриваем не как элементы поэтики, а как элементы жанровой модели.

Целью данной статьи является установление взаимосвязи между популярными жанрами интернет-коммуникации и классическими литературными жанрами.

* Публикация подготовлена в рамках поддержанного РГНФ научного проекта №14-34-01014.

Современное литературоведение, рассматривая сетевую литературу как «особое художественно-культурное пространство», выделяет различные «новые» жанры сетевой литературы (жанры литературы «ориджинал» и «фанфикшн»), зародившиеся в основном в западной культуре: ангст, БДСМ, ваниль, гапфиллер, грейпфрут, дарк, десфик, ДД, драма, занавесочная история, кроссовер, кинк, лимон, пародия, ПВП, ПОВ, ретеллинг, романтика, смарм, смат, сонгфик, филк, флафф, хоррор, хорт-комфорт, экшен, юмор [6].

Под сетевой литературой понимаем не только литературу «ориджинал» и «фанфикшн», но и любые тексты, опубликованные на специализированных литературных сайтах.

Собственно литературными сайтами можно считать электронные библиотеки, электронные журналы (не имеющие «бумажного» аналога, но курируемые редколлегией и/или модераторами) или отдельные интернет-издания, специализированные сервисы для авторов, организованные по принципу сообществ. Например: литературный портал «Проза.ру» (<http://www.proza.ru>), электронный журнал «Новая Литература» (<http://newlit.ru>), сервер современной литературы «Самиздат» при библиотеке Мошкова (<http://zhurnal.lib.ru>), раздел электронной библиотеки Мошкова «Современная литература» (<http://lit.lib.ru>), издательская система «Литсовет» (<http://www.litsovet.ru>) и др. Количество литературных сайтов настолько велико, что совокупность данных сайтов получила свое название – «рулинет», и исследователи закономерно говорят о формировании в рулинете массовой субкультуры, больше интересующейся общением, чем литературой, и абсолютно автономной от традиционной литературы [7]. На страницах литературных сайтов представлены такие прозаические жанры, как рассказ, эссе, миниатюра, повесть (мини-повесть, краткая повесть, историческая повесть), роман (эпистолярный роман, роман-дневник, мини-роман), статья, новелла, очерк, афоризм, сказка, басня, фельетон (жанры перечислены в порядке их распространенности – от большей к меньшей). Все тексты распределены по рубрикам сайта (жанры / формы), т. е. их жанровая принадлежность четко определена. Как видим, названия данных жанров идентичны названиям жанров классической литературы.

Другой платформой реализации художественной речевой деятельности пользователей русскоязычного Интернета, служащей для раскрытия их творческого потенциала, являются социальные сети (ВКонтакте (<https://vk.com>), Одноклассники (ok.ru), Мой мир@Mail.Ru (<https://my.mail.ru>), Facebook (<https://www.facebook.com>) и др.), а также блоги и электронные дневники (LiveInternet.Ru (<http://www.liveinternet.ru>), Живой Журнал (<http://livejournal.com>), @Дневники (<http://www.diary.ru>), BeOn.ru (<http://beon.ru>) и др.). В данном случае жанровая принадлежность текста менее прозрачна, но при этом дискурсивная, стилевая, тематическая характеристики часто неотличимы от характеристик литературных сайтов. Основным средством выражения речевого творчества в социальных сетях являются посты, записи на стене, заметки. Для определения жанровой принадлежности текстов, опубликованных в социальной сети в указанных формах, необходим подробный жанровый анализ, который не является целью данной статьи. В блогах и дневниках тексты содержательно группируются по темам и/или сообществам. Определение жанра текста его автором или модератором сайта видно благодаря тэгам. Например, просмотр рубрик «Культура», «Про жизнь», «Юмор» и «Котики» на страницах Журнала ЖЖ (<http://www.livejournal.com/magazine/>) позволяет на основе тэгов выделить такие жанры, как воспоминание, история, сказка, рассказ. На сервисе онлайн-дневников @Дневники можно просмотреть записи по темам: «Мысли вслух», «Я», «Бред», «Жизненное», «Личное» и т. п. В текстах, публикуемых в рубрике «Мысли вслух», можно увидеть жанровую аналогию с текстами эссе. Например: «Есть люди, которые врываются в нашу жизнь стремительно, ярко, сразу. И как будто они там и были. Всю жизнь. Это так странно. С возрастом это особенно удивительно. И всё же случается. И ты вдруг веришь этому человеку, доверяешь, думаешь о нём, хочешь общения, хочешь сделать для него что-то хорошее и... любишь! Как так?... // Но ты взрослый человек. Ты понимаешь, что так редко бывает. Ты не можешь сказать этому человеку, что любишь. Это слишком серьезные заявления, слишком сильные слова. Ты ими уже не раскидываешься. И думаешь, что вряд ли можно и полюбить-то так быстро. И думаешь, что тот человек только испугается и отдалится от таких фраз. И не говоришь. Ставишь ничего не значащие смайлики, какие-то фразы, показывающие отношение, маскируешь под шутки. И человек-то тот серьёзный. Не раскидывающийся такими словами. Фильтрующий людей, которых подпускает и с которыми общается. И людей-то вокруг него вьется тьма. Получше, и по-успешнее тебя, которые больше для него сделать могут))) в общем-то. // А потом вдруг этот человек пишет тебе: "А тебе спасибо за поддержку, люблю тебя! (3 сердечка)" И эту радость невозможно описать. // И да, сейчас я знаю, что эти фразы толком ничего не значат, кроме сиюминутного отношения, сиюминутной эмоции. И чтобы это отношение сохранялось, надо работать над собой, надо... много чего надо. И всё равно. // Это стимул. Это мотивация. И большая радость (сердечко, смайлик)» (авторская орфография и пунктуация сохранены). Рубрика «Я» представлена интернет-миниатюрами: «Продолжается эпопея мы не сим или спим поверхностно... // Опять всю ночь кошмары, нереальные сны, часто просыпалась... // Как итог болит голова и я хочу спать... // Может пока выходные попить снотворное блин... // Сейчас нет сил. А надо вымыть посуду и прибраться. // А я хочу спать...».

Сатирические, юмористические, иронические интенции выражаются в социальных сетях в популярных четверостишиях «стишках-пирожках» или «стишках-порошках», объединяющих коллективное творчество в отдельных пабликах («пирожковых»): <http://vk.com/perazhki>, <http://vk.com/sandalporoshki>, <http://trajectory.rusff.ru/viewtopic.php?id=1408>, <http://azbyka.ru/znakomstva/stishki-pirozhki-d111157.htm>. При

том, что данный жанр появился в сетевой литературе, он восходит к частушке, пародии, эпиграмме, хайку, гарикам и другим малым стихотворным жанрам.

Следует отметить, что в социальных сетях, в блогах и в электронных дневниках практически не представлены сюжетные жанры, отсутствуют крупные жанровые формы. Одним из самых популярных жанров речевого творчества на страницах нелитературных сообществ является интернет-миниатюра.

Малый объем текста является преимуществом для интернет-коммуникации, т. к. соответствует прагматическим установкам экономии временных и коммуникативных усилий. Это порождает явление, получившее обозначение «онлайн флэш-фикшн» (Flash-fiction Online), комплекса жанров, объем которых не превышает 1000 слов [8]. Стремление к максимальной компрессии текста способствует развитию жанров типа статуса или сверхкраткого рассказа. Например, в последнее время тиражируются «пронзительные рассказы из 6 слов», в которых жанровая номинация рассказа связана, прежде всего, с установкой в предельно сжатой форме создать сюжетную ситуацию, способную вызвать интеракцию читателя: «“Вы ошиблись номером”, – ответил знакомый голос»; «Я встретил родственную душу. А она – нет»; «Сегодня я снова представился своей матери»; «Многое терял. Нашел только тьму. Устал». Как правило, в условиях тиражирования при функционировании в Интернете тексты утрачивают указание на авторство, в то время как остается известным жанровый прототип, приписываемый Э. Хэмингуэю: «For sale: baby shoes, newer worn» [9], известная в русском переводе: «Продаются детские ботиночки, неношенные».

С целью проверки обозначенной выше гипотезы нами было осуществлено разноаспектное исследование жанра сетевой литературы «интернет-миниатюра» в сопоставлении с классическим жанром русской литературы «стихотворение в прозе» с опорой на анкету речевого жанра Т. В. Шмелевой [10].

Выявлено, что сравниваемые речевые жанры характеризуются схожей коммуникативной установкой на речевое творчество (коммуникативная цель); творческим характером автора-производителя речи, выбором лирического субъекта повествования (образ автора); ориентацией на думающего читателя-единомышленника (образ адресата); сосредоточенностью на личностных переживаниях лирического субъекта, а также духовной и философской направленностью (диктум, концептосфера); использованием языка художественной литературы, установкой на краткость и емкость высказывания, выбором прозаической формы речи с ритмическим рисунком (формальная организация).

Отличия по жанровым параметрам видятся в следующем:

- коммуникативная цель и образ автора: творческой установкой автора стихотворения в прозе является эстетическое осмысление мира, автор интернет-миниатюры нацелен в первую очередь на личностное самовыражение (см. об этом подробнее [11]);

- образ адресата: наличие в интернет-миниатюре, как жанре интернет-коммуникации, активного внешнего адресата; ожидание от адресата обратной связи с автором, не предполагаемое в традиционном художественном дискурсе (см. [12]);

- диктумное содержание, когнитивные основы (концептуальное наполнение): для текстов эстетического интернет-дискурса, в сравнении с текстами художественного дискурса, характерны упрощение и прагматическая конкретизация концептов, смещение акцента от философского к психологическому осмыслению (см. [13]);

- формальная организация, в частности языковые средства: тяготение интернет-миниатюры к стилю массовой литературы, стереотипизация речевых средств (см. [14]).

Таким образом, видим, что список жанров сетевой литературы сопоставим со списком жанров классической литературы. В результате обзорного сравнения жанров речевого творчества в Интернете с жанрами классической литературы и сопоставительного анализа интернет-миниатюры и стихотворения в прозе можно сделать согласующийся с точкой зрения В. В. Дементьева вывод о том, что «интернет-общение сохраняет сущностную связь с формами и жанрами непосредственного естественного общения» [15, с. 281]; базовые жанрообразующие характеристики литературных жанров в «творческом» интернет-дискурсе сохраняются, при этом на всех уровнях организации жанра происходят дискурсивные трансформации: меняются автор, его цели, адресат, диктумное содержание, концептуальное наполнение, языковое оформление.

Принято считать, что сетевая литература изначально отличается более низким качеством по сравнению с классической литературой; авторами текстов в основном являются любители-графоманы; тексты нельзя считать художественными произведениями. Однако рассматривая речевое творчество молодых авторов в интернет-коммуникации с лингвистических позиций, отметим, что уже само наличие таких текстов и их жанровое разнообразие говорит об усвоении жанровых моделей литературы большим количеством активных пользователей сети, что требует от них определенного уровня речевой культуры. Близость системы жанровых моделей эстетической сферы интернет-коммуникации с литературной коммуникации позволяет судить о степени усвоения массовой культурой когнитивных и коммуникативных структур, образующих жанр, а также о востребованности у современных интернет-авторов тех или иных форм как способов общения и самовыражения.

Список использованных источников

1. Горошко Е. И. Теоретический анализ Интернет-жанров: к описанию проблемной области // Жанры речи. – Саратов: Издательский центр «Наука», 2007. – Вып. 5. Жанр и культура. – С. 370–403.

2. Горошко Е. И., Землякова Е. А., Полякова Т. Л. Жанры 2.0: проблема типологии и категоризации (на примере коммуникативного сервиса «Твиттер») // Жанры речи. – Саратов; М.: Лабиринт, 2012. – Вып. 8. Жанр и творчество. – С. 344–357.
3. Усачева О. Ю. К вопросу о жанрах интернет-коммуникации // Вестник Московского государственного областного университета. – 2009. – № 3. – С. 55–65.
4. Рогачева Н. Б. Структура и функционирование вторичных речевых жанров интернет-коммуникации (на материале русского и английского языков): автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Саратов, 2011. – 23 с.
5. Бахтин М. М. Собрание сочинений в 7 томах. Том 6. Проблемы поэтики Достоевского. Работы 1960-х – 1970-х годов. – М.: Русские словари, Языки славянских культур, 2002. – 800 с.
6. Бурцева Е. А. Жанры сетевой литературы // Современные проблемы науки и образования. – 2014. – № 5. URL: www.science-education.ru/119-14665 (дата обращения: 10.04.2015).
7. Караковский А. Литература в Интернете: убежище нового поколения русской интеллигенции // Интернет-журнал молодых писателей России ПРОЛОГ. URL: <http://www.ijp.ru/razd/pr.php?failp=05201200272> (дата обращения: 05.04.2015).
8. Pratt M. K. How Technology Is Changing What We Read // PCWorld. Retried. 1998–2015. URL: http://www.pcworld.com/article/164355/e_books.html (date accessed: 09.04.2015).
9. Haglund D. Did Hemingway Really Write His Famous Six-Word Story? // Slate. 2013 URL: http://www.slate.com/blogs/browbeat/2013/01/31/for_sale_baby_shoes_never_worn_hemingway_probably_did_not_write_the_famous.html (date accessed: 09.04.2015).
10. Шмелева Т. В. Модель речевого жанра // Жанры речи. – Саратов: Изд-во ГосУНЦ «Колледж», 1997. – Вып. 1. – С. 88–99.
11. Казакова О. А., Долганина (Плотникова) А. А. Интернет-миниатюра и стихотворение в прозе как речевые жанры: субъектная организация текста и стереотипизация речевой структуры // Вестн. Том. гос. ун-та. – 2015. – № 390. – С. 17–21.
12. Плотникова А. А. Специфика адресата жанров сетевой литературы (на материале лирических интернет-миниатюр) // Forms of social communication in the dynamics of human society development: материалы XXXVII International research and Practice Conference and the III stage of the Championship in philological, historical and sociological sciences, Лондон, 5–10 Декабря 2012. – Лондон: International Academy of Science and Higher Education (IASHE), 2013. – С. 104–106.
13. Долганина (Плотникова) А. А. Концептуальное наполнение жанра интернет-миниатюры на фоне стихотворения в прозе (на примере эмоционального концепта «Грусть») // Жанр. Стил. Образ: Актуальные вопросы современной филологии: межвуз. сб. ст. / науч. ред. Д. Н. Черниговский, Е. И. Беглова. – Киров: Изд-во ВятГГУ (в печати, 2015).
14. Долганина (Плотникова) А. А. Стилистические особенности речевого жанра «интернет-миниатюра» (в сопоставлении со стихотворением в прозе) // Вестник науки Сибири. – 2014. – № 4 (14). – С. 178–184.
15. Дементьев В. В. Теория речевых жанров. – М.: Знак, 2010. – 600 с.

Казакова О. А., канд. филол. наук, доцент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

E-mail: kazakovaoa@tpu.ru

Долганина (Плотникова) А. А., канд. филол. наук

Национальный исследовательский Томский государственный университет

E-mail: plotnikowa.anna@gmail.com

Kazakova O. A., Dolganina (Plotnikova) A. A.

GENRES OF SPEECH CREATIVITY IN INTERNET-COMMUNICATION AGAINST GENRES OF CLASSICAL LITERATURE

Work is devoted to comparative research of modern creativity speech genres of youth in Internet-communication and genres of classical Russian literature in communicative aspect. The interrelation of these genres as secondary and primary is approved. The list of comparable genres of network literature and classical literature is offered. As a result of comparison of genres "Internet-miniature" and "the poem in prose" two opposite tendencies are revealed: preservation basic genre's characteristics (memory of a genre) and change of these characteristics under the influence of an Internet-discourse (discursive transformations).

Keywords: *speech genre, Internet-communication, network literature, Internet-miniature, the poem in prose, memory of a genre, discursive transformations.*

Kazakova O. A., PhD in Philology, Associate Professor

National Research Tomsk Polytechnic University

E-mail: kazakovaoa@tpu.ru

Dolganina (Plotnikova) A. A., PhD in Philology

National Research Tomsk State University

E-mail: plotnikowa.anna@gmail.com

СТИЛЬ ДИСКУРСА ОФИЦИАЛЬНОГО САЙТА ГУБЕРНАТОРА ТОМСКОЙ ОБЛАСТИ (НА ПРИМЕРЕ ЖАНРА «ПОЗИЦИЯ ПОЛИТИКА»)

Данная работа посвящена выявлению стилистической специфики дискурса официального сайта губернатора Томской области Сергея Жвачкина. Актуальность данной работы обусловлена тем, что анализ дискурса сайта политика может быть использован для создания технологий продвижения политика и его деятельности. На материале дискурсивного жанра «позиция политика» описана стилистическая специфика дискурса сайта губернатора, рассматриваемая как форма реализации дискурсивной интенции. В результате исследования обнаружено, что стиль дискурса сайта реализует как официальный, так и личностно-ориентированный компонент, что способствует формированию положительного имиджа политика.

Ключевые слова: стиль дискурса, дискурсивная картина мира, дискурсивный жанр, жанр «позиция политика», имидж политика.

Исследование посвящено выявлению стилистической специфики дискурса официального сайта губернатора Томской области, которая является формой реализации дискурсивной интенции.

Вслед за Т. А. ван Дейком под дискурсом мы понимаем «коммуникативное событие, происходящее между говорящим, слушающим (наблюдателем и др.) в процессе коммуникативного действия в определенном временном, пространственном и проч. контексте» [1], одним из результатов осуществления которого является речь.

Дискурс – интенционально ориентированная деятельность, при этом результат такой деятельности – это текст. По словам З. И. Резановой, «в центре дискурс-анализа находится влияние интенциональности говорящего на выбор языковых форм» [2]. Дискурсивная интенция, присущая любому дискурсу, реализуется в выборе речевых средств, осуществляемом субъектом дискурса, а результат такого выбора выражается в стиле дискурса – как особой организации его речевой формы. Под понятием *стиль дискурса* подразумевается способ организации речевой формы, на который влияют внешние условия, такие как ситуация, в которой рождается текст, характер участников дискурса и их ситуационные цели. Стиль дискурса отражает *дискурсивную картину мира*, которая «интерпретируется как динамическая подвижная система смыслов, формируемая в координируемых коммуникативных действиях адресантов и адресатов в соответствии с системой их ценностей и интересов и включенных в социальные практики» [2].

Исследование проведено на материале текстов, размещенных на официальном сайте губернатора Томской области Сергея Жвачкина.

Дискурс официального сайта политика строится на пересечении дискурсивных интенций. Ведущую роль в речевой организации играет интенциональность политического дискурса (борьба за власть), дополненная спецификой медийного представления политически обусловленного содержания (медийностью). На основании такого интенционального пересечения формируется цель исследуемого дискурса – создание имиджа политика. При этом с позиции политического дискурса основной является манипулятивная имиджевая функция речевой организации формы, а с позиции медийного дискурса – информированная функция.

На наш взгляд, образование данного дискурса обуславливает формирование особой дискурсивной картины мира, средством выражения которой является стиль дискурса. В данном исследовании был выделен стиль дискурса официального сайта политика, который выражается с помощью стилистических средств, закрепленных в языке за определенным функциональным стилем.

Стоит отметить, что в процессе анализа текстов была выявлена следующая проблема: невозможно точно определить, к какому функциональному стилю относятся тексты данного дискурса, опираясь на традиционную функциональную стилистику, т. к. в текстах используются стилистические средства разных стилей. Поэтому наше исследование фокусируется на выявлении дискурсивной обусловленности стиля (стиля дискурса официального сайта политика) – как интенционально обусловленного использования стилистических средств языка.

Образование данного дискурса обуславливает формирование особых дискурсивных жанров, под которыми понимаются жанры, продиктованные дискурсом, жанры, которые рождаются или трансформируются в дискурсе (понятие дискурсивного жанра презентовано, например, в работах Т. ван Дейка [1; 3 и др.]). Данный дискурс реализуется в следующих дискурсивных жанрах: жанр «новости», включающий ряд субжанров (анонс мероприятий, «новость-поздравление», короткая новость и развернутая новость), жанр «позиция политика», жанр «биография». В данной работе будет представлен анализ жанра «позиция политика» (номинация жанра сохраняет номинацию рубрики интерфейса), реализующегося в виде развернутых высказываний от лица губернатора, выражающих его мнение по поводу знаменательных событий региона.

Отметим, что в процессе исследования мы ознакомились с содержанием сайтов губернаторов других регионов. Было выявлено, что на этих сайтах присутствуют высказывания подобной жанровой формы, соответствующие ей по коммуникативной цели. Например, «прямая речь» (сайт губернатора Ямало-Ненецкого АО), где представлены высказывания политика. Также популярны такие рубрики, как «вопрос губернатору», «письмо губернатору», «виртуальная приемная», цель которых сходна с жанром «позиция

политика» (имиджевая цель), но имеет фундаментальное отличие: имиджеориентированная, манипулятивно обусловленная коммуникация между губернатором и населением региона. Кроме того, на данных сайтах размещаются тексты отчетов и докладов губернаторов, что также способствует реализации имиджевой функции, но отличается от рассматриваемых нами жанровых текстов более выраженным проявлением институциональности.

Жанр «позиция политика» был выделен на основе исследуемого интернет-сайта. Этот интернет-сайт обладает профессионально структурированным интерфейсом, при этом информация, размещаемая на сайте, представлена в содержательных разделах: биография, новости, позиция, галерея, видео, увлечения. Интенцией данного дискурса является презентация губернатора как статусной фигуры, создание образа особой личности, представление деятельности губернатора жителям региона. На наш взгляд, основной функцией представленного интернет-ресурса является имиджевая, т. к. главная цель сайта – презентация политика и его деятельности.

По мнению Т. В. Шмелевой, главный признак, дифференцирующий жанры, – коммуникативная цель [4]. На наш взгляд, коммуникативной целью дискурсивного жанра «позиция политика» является оценка значимых событий региона, а также представление информации о деятельности политика для формирования его имиджа.

Охарактеризуем данный жанр по обозначенной модели [4]. Образ автора личностно обозначен, т. к. тексты жанра «позиция политика» представлены от лица субъекта дискурса – губернатора. Кроме того, в текстах активно формируется мы-образ, способствующий формированию идеи единства политика и его избирателей (*...В прошлом году мы построили 14 детских садов...*), а также содержатся факты из личной биографии политика, представленные как показатель его личной заинтересованности в жизни региона (*...В начале 80-х я впервые оказался в этих местах молодым специалистом-строителем. Строил местный аэропорт, другие социальные и производственные объекты...*). В качестве адресата выступают жители области. Образ прошлого и будущего представляет собой дискурсивно значимое описание важности объекта через его легендарное прошлое, будущее – как идеал, при этом образ прошлого выходит на первый план, т. к. в текстах представлена информация о свершившихся событиях регионального масштаба. Диктумное содержание текстов анализируемого жанра представляет собой темы, актуальные для области, затрагивающие важные вопросы из различных сфер жизни общества. Тексты, принадлежащие данному жанру, представляют собой описание какого-либо события, выражение позиции политика по определенному вопросу, а также оценочное комментирование политиком какого-либо значимого события. Тексты данного жанра сходны между собой, т. к. реализуют общую дискурсивную интенцию, что формирует общие особенности стиля.

В текстах представленного жанра выделяются черты разных функциональных стилей, которые, в свою очередь, представляют стили разных типов дискурса: институциональный (официальный), личностно-ориентированный дискурс (данные типы дискурса выделены В. И. Карасиком [5 и др.]).

Среди черт институционального дискурса в текстах жанра «позиция политика» были выделены следующие: тематически обусловленное использование профессиональной лексики, терминов («нулевое» чтение, исполнительная и законодательная власть, легализация), высокий уровень формальности (по М. Л. Макарову [6]) общения (отсутствие нелитературных слов: просторечий, диалектизмов, жаргонизмов и т. д.); употребление отглагольных существительных (*исполнение указов, сокращение по отдельным направлениям, внесение изменений, отсутствие переправы*) и др. Также, на наш взгляд, важным показателем институционально обусловленной формальности стиля является характеристика события, ситуации в аспекте приведения различных фактов (исторические, событийные и др.) и цифр: *...По итогам прошлого года наш регион занял третье место в Сибирском федеральном округе и 16-е в России по поступлению налоговых платежей в бюджетную систему страны. А по объему отчислений на душу населения благодаря вашей работе мы первые в Сибири и пятые в России...* Таким способом тексту придается достоверность и определенная значимость в аспекте проблематики, представленной в нем, а также губернатор позиционируется как управленец, имеющий глубокие фоновые и профессиональные знания: *...Томские университеты и академические институты выполнили 685 грантов – это на 10 процентов больше предыдущего года, – из которых 513 – это гранты Российского фонда фундаментальных исследований, 69 – Российского гуманитарного научного фонда, 28 – Президента России.* При этом не были выявлены обязательные черты официального стиля, такие как преобладание пассивных конструкций, нанизывание конструкций с родительным падежом, употребление «расщепленных сказуемых» (*оказать помощь, произвести проверку* и под.). Институциональные проявления данного жанра в его стиле позволяют представить губернатора как официальное лицо, способное защитить рядового избирателя, проявляя при этом силу власти и профессиональную компетентность.

Кроме того, стиль рассматриваемого жанра формируется на основании интенции, связанной с представлением политика как личности, «одного из нас», понимающего проблемы простого избирателя и не просто способного, а желающего помочь, защитить, проявить участие. В связи с этим одной из важнейших характеристик данного жанра является присутствие личностного компонента, что является чертой стиля личностно-ориентированного общения. Во-первых, субъект дискурса стремится передать, прежде всего, свое понимание, осмысление той или иной тематики, выразить свою позицию по какому-либо вопросу. Во-вторых, личностный компонент реализуется в представлении текста от лица субъекта дискурса – губернатора

(...Я принял два решения, которые позволят снять остроту этой проблемы...). В-третьих, в текстах присутствуют средства реализации эмоциональности и экспрессивности, являющиеся чертами личностно-ориентированного общения: ...мы открыли мост через реку Вах, который соединил наши Стрежевой с югорским Нижневартовском, Томскую область с ХМАО, Сибирь с Уралом.... В данном примере средством выражения эмоциональности является стилистический прием – градация (переход от меньших единиц к большему), что создает эффект значимости деятельности губернатора, о которой шла речь в тексте. Также чертой личностно-ориентированного общения является выраженная оценочность: ...В окрестностях северной столицы нашей области – города Стрежевого – состоялось историческое событие...; ...Это новая модель экономики, которая может и должна поставить Томск рядом с Силиконовой долиной и Оксфордом... В данном примере реализуется положительная оценка города и оценка статуса описываемого события. Кроме того, личностный компонент реализуется в так называемом мы-образе: ...Мы сформировали проект областного бюджета...; ...Мы разработаем совместные программы с ведущими зарубежными университетами...; ...Мы улучшаем и безопасность на селе...

Итак, исходя из особенностей исследуемого дискурса и анализа текстов жанра «позиция политика», мы выявили особенности стиля, формируемые данным жанром как жанром дискурсивным (реализованным в дискурсе сайта политика):

1) черты официального стиля – характеристика события, ситуации в аспекте приведения различных фактов (исторические, событийные и др.), термины, профессиональная лексика;

2) индивидуально-личностный компонент (текст от лица субъекта дискурса, оценочность, речевые средства создания мы-образа).

Специфика проанализированного жанра определяет характеристики стиля дискурса официального сайта губернатора. Особенностью данного стиля дискурса является взаимодействие институционального и личностно-ориентированного компонентов, использование разнообразных – заданных влиянием этих компонентов – стилистических средств, что обусловлено манипулятивной природой дискурсивной интенциональности, использующей как формальные, так и неформальные речевые средства в имиджевых целях.

На материале дискурса официального сайта политика была описана стилистическая специфика реализации дискурсивной картины мира, которая в манипулятивных целях востребует официально и социально значимое содержание, относящееся к сфере профессиональной области данного политика (социальная жизнь вверенной ему территории – Томской области). Эта деятельность в рамках данного жанра освещается в тесном взаимодействии официального и личностного аспекта, причем в силу специфики жанровой интенции – больше в личностном.

Таким образом, сайт губернатора Томской области служит для презентации губернатора как статусной фигуры, для создания образа особой личности, т. к. это является основной манипулятивной задачей политика, которая достигается за счет реализации личностного компонента. Стиль дискурса сайта играет роль средства реализации как официального, так и личностно-интерпретационного компонентов, что способствует формированию положительного имиджа политика.

Список использованных источников

1. Дейк Т. А. ван. К определению дискурса // Teun Van Dijk. Ideology: A Multidisciplinary Approach. London: Sage, 1998. URL: <http://www.nsu.ru/psych/internet/bits/vandijk2.html> (дата обращения: 08.04.2015).
2. Резанова З. И. Картины русского мира: современный медиадискурс. – Томск, 2011. – 287 с.
3. Дейк Т. А. ван. Язык. Познание. Коммуникация: Пер. с англ. / Сост. В. В. Петрова. – М.: Прогресс, 1989. – 312 с.
4. Шмелева Т. В. Модель речевого жанра // Жанры речи. – Саратов, 1997. – С. 88–98.
5. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. – Волгоград: Перемена, 2002. – 477 с.
6. Макаров М. Л. Основы теории дискурса. – М.: ИТДГК «Гнозис», 2003. – 280 с.

Научный руководитель И. В. Тубалова, канд. филол. наук, доцент ТГУ

Оглезнева О. А., студент

Национальный исследовательский Томский государственный университет

E-mail: olyaoglezneva98@gmail.com

Oglezneva O. A.

THE DISCOURSE STYLE SPECIFICITY OF TOMSK REGION GOVERNOR'S OFFICIAL WEB-SITE (BY THE EXAMPLE OF THE GENRE «POLITICIAN'S POSITION»)

The main idea of the article is to disclose the stylistic specificity of the discourse of Tomsk region governor Sergey Zhvachkin's official web-site. The importance of the article that discourse analysis is useful for creation technologies that promote politician image and activity of a politician. The stylistic specificity of the region governor's official web-site discourse was described as exemplified in the discursive genre «politician's position», which is the way of realization of discursive intention. As a

result, it was found that the discourse style realizes an official and a personal component. It contributes the formation of the politician's positive image.

Keywords: *a style of discourse, discursive worldview, discursive genre, the genre "politician's position", image of a politician.*

Oglezneva O. A., student
National Research Tomsk State University
E-mail: olyaoglezneva98@gmail.com

Баранов Д. С.

ЖАНРОВАЯ СПЕЦИФИКА САЙТА НЕФТЕГАЗОВОЙ КОМПАНИИ (НА МАТЕРИАЛЕ САЙТОВ КОМПАНИЙ «ГАЗПРОМ» И «SCHLUMBERGER»)

Исследование выполнено в рамках одного из актуальных направлений современной теории речевых жанров – виртуального жанроведения. Цель работы – выявить жанровую специфику интернет-сайтов российской и американской нефтегазовых компаний. Исследование проведено на материале интернет-сайтов компаний «Газпром» и «Schlumberger». Выявлены общие для анализируемых гипержанров характеристики: схожие коммуникативные цели, близкие образы автора и адресата, диктум, использование публицистического стиля как основного. Отмечено, что отличительными чертами сайта компании «Газпром» являются оценочность, заинтересованность в собственном позиционировании как успешной компании, использование официально-делового стиля; сайту компании «Schlumberger» свойственны директивность, стремление к диалогу с адресатом, использование жанров научного стиля.

Ключевые слова: *виртуальный дискурс, речевой жанр, гипержанр, интернет-сайт, нефтегазовая компания.*

В последние годы развитие информационных технологий способствует не только ускорению обмена информацией, но также возникновению новой лингвокультурной среды, сформировавшейся и стремительно развивающейся на базе технических средств. Коммуникация, осуществляемая посредством Интернета, всё больше привлекает интерес лингвистов: рассматриваются особенности языка Интернета, выявляется специфика интернет-дискурса (виртуального дискурса / электронного дискурса / компьютерно-опосредованной коммуникации). В последние десятилетия в лингвистике формируется такое научное направление, как виртуальное жанроведение, основными задачами которого являются определение, изучение и типологизация виртуальных жанров; составление модели описания и изучение функционирования виртуальных жанров; рассмотрение развития, преобразования виртуальных жанров; изучение отношений между традиционными и виртуальными жанрами; изучение взаимоотношений между жанрами и особенностей их формирования с развитием и функционированием языка в рамках виртуального дискурса сети Интернет [1].

Объектом нашего исследования является интернет-сайт компании как гипержанр виртуального дискурса – сложное жанровое образование виртуального дискурса, объединяющее под общим адресом (доменным именем) несколько сложных жанров. Предметом исследования выступают жанровые параметры интернет-сайта: коммуникативная цель, образ автора, образ адресата, диктумное содержание, жанровая структура, формальная организация. Материалом для данной работы послужили официальные сайты нефтегазодобывающих компаний «Газпром» и «Schlumberger».

Цель исследования заключается в выявлении жанровой специфики интернет-сайтов российской и американской нефтегазовых компаний.

Осуществим сопоставительный жанровый анализ интернет-сайтов компаний «Газпром» и «Schlumberger» с опорой на анкету речевого жанра Т. В. Шмелевой [2], дополненную Е. И. Горошко, Е. А. Жигалиной [3] и Л. Ю. Щипициной [4].

Основой интернет-сайта является его структура. Сайт компании «Газпром» состоит из 6 разделов: *О «Газпроме»; Акционерам и инвесторам; Пресс-центр; Охрана природы; Социальная ответственность; Карьера*. Сайт компании «Schlumberger» состоит из 8 разделов: *Services & Products; About us; Investors; Newsroom; HSE (Health, Safety and the Environment); Careers; Alumni; Resources*. Сайты содержат информацию о технологических особенностях процессов добычи нефти и газа, о важных событиях, истории компаний, планируемых или реализованных проектах, достижениях, аспектах безопасности труда и охраны природы. На обоих сайтах можно также найти информацию инвесторам и будущим сотрудникам и ознакомиться с возможностями карьерного роста. Веб-страницам сайта компании «Газпром» присуще большое количество информации различной тематики, что может усложнить адресату процесс поиска необходимой информации. Сайт компании «Schlumberger» отличается компактностью. Многим статьям присуща краткость и в то же время полнота информации.

Общей чертой жанрового наполнения анализируемых сайтов является использование большого количества жанров публицистического стиля: новостные, исторические, энциклопедические статьи, фото- и видеорепортажи и т.д. Отличительная черта сайта компании «Газпром» – большое количество жанров официально-делового стиля и, в частности, юридического подстиля: отчетности за кварталы, приказы,

официальные сообщения, статистика, данные котировок акций и т.д. Сайт компании «Schlumberger» отличается большим количеством жанров собственно научного стиля и научно-популярного подстиля: научные и научно-популярные статьи, научно-технические тексты, описывающие технологические особенности производственных процессов. Существенная разница между жанровым наполнением сайтов заключается в том, что на сайте компании «Газпром» разные разделы наполнены жанрами как публицистического, так и официально-делового стилей; сайту компании «Schlumberger» свойственно распределение жанров разных стилей по разделам.

Целью обоих сайтов является предоставление адресату информации о различных аспектах деятельности компании: услуги и товары, поставляемые компаниями; история и новости; условия сотрудничества; аспекты охраны природы и безопасности труда; условия работы; технологические и производственные особенности, а также различный научный материал по нефтегазовой тематике. Отличительной особенностью сайта «Газпром» является довольно высокая степень оценочности, которая проявляется в большом количестве оценочных высказываний в текстах разных жанров на различных страницах сайта, например: *Мы видим, с одной стороны, **неважные** показатели в отчете о прибылях и убытках, с другой – **хороший** показатель свободного денежного потока, что **намного важнее***. Сайту «Schlumberger», по нашим наблюдениям, присуща высокая степень директивности: сайт использует различные директивные жанры, побуждающие пользователя (адресата) взаимодействовать с ним: обилие веб-баннеров, ссылок, возможность запрашивать конкретную информацию у сотрудников компании (кнопки *Request more information* в конце большинства статей), а также возможность регистрации для последующего общения. Статьи сайта призывают читателя посетить какое-либо важное событие, в то время как на сайте компании «Газпром» приводится лишь информация о подобных событиях (форумах, конференциях).

Анализируемым сайтам свойственен сходный образ автора в лице самой компании, предоставляющей информацию адресату о различных аспектах своей деятельности. Авторами сайтов представлены пресс-центры «Газпром» и «Schlumberger», что указано в контактной информации.

Сайт «Газпрома» относится к исполнительскому типу жанров – сайт заявляет о своих будущих проектах, о своей деятельности: *Газпром готов рассмотреть участие в строительстве...; Газпром начнет строительство четырех газопроводов...* В образе автора российского сайта достаточно ярко выражено стремление сформировать положительный имидж компании. Сайт «Schlumberger» относим к неисполнительскому типу, мотивирующему адресата на деятельность. Авторам сайта компании «Schlumberger» свойственна высокая степень заинтересованности в непосредственном диалоге с адресатом.

Анализируемые сайты обладают также схожим образом адресата. Адресатов можно разделить на 4 группы: потенциальный клиент, партнер, сотрудник компании, широкая общественность. При этом сайт компании «Газпром», в первую очередь, уделяет внимание адресату в лице широкой общественности, в то время как компания «Schlumberger» больше старается заинтересовать потенциальных клиентов.

Содержание обоих сайтов включает в себя информацию о различных сферах деятельности компаний. Интересной особенностью сайта компании как гипержанра является диктумное время, т.е. время описываемых событий. В обоих случаях охватываются большие временные рамки: представлена информация с дней основания компаний и до их планов в обозримом будущем. Отличительной чертой сайта компании «Газпром» с точки зрения содержательного наполнения является обилие новостей и информации о собственных проектах, в то время как сайту компании «Schlumberger» присуще наличие большого количества энциклопедической информации о технологиях и разработках компании.

С точки зрения формальной организации отмечено, что обоим сайтам свойственно строгое тематическое деление по разделам. Отличительной чертой сайта компании «Газпром» является слишком большое, на наш взгляд, количество информации на странице, а также наличие логически не связанных элементов, в то время как сайт «Schlumberger» отличается большей интерактивностью, удобством навигации и компактностью.

Итак, в результате анализа сайтов компаний «Газпром» и «Schlumberger» были выявлены общие для данных гипержанров характеристики: схожие коммуникативные цели, близкие образы автора и адресата, диктум, использование публицистического стиля как основного. Отличительными чертами для сайта компании «Газпром» являются оценочность, заинтересованность в собственном позиционировании как успешной компании, использование официально-делового стиля. Сайту компании «Schlumberger» свойственны директивность, стремление к диалогу с адресатом, использование жанров научного стиля.

Список использованных источников

1. Горошко Е. И. Теоретический анализ Интернет-жанров: к описанию проблемной области // Жанры речи. – Саратов: Издательский центр «Наука», 2007. – Вып. 5. Жанр и культура. – С. 370–403.
2. Шмелева Т. В. Речевой жанр: возможности описания и использования в преподавании языка // Russistik. Русистика. Научный журнал актуальных проблем преподавания русского языка. – Berlin. – 1990. – № 2. – С. 20–32.
3. Горошко Е. И., Жигалина Е. А. Виртуальное жанроведение: устоявшееся и спорное // Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. Серия «Филология. Социальные коммуникации». – 2011. – Том 24 (63). – № 1. – Ч. 1. – С. 105–124.
4. Щипицина Л. Ю. Комплексная лингвистическая характеристика компьютерно-опосредованной коммуникации (на материале немецкого языка): автореф. дис. ... д-ра филол. наук. – Воронеж, 2011. – 40 с.

Баранов Д. С., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

E-mail: keinmann@mail.ru

Baranov D. S.

GENRE SPECIFICS OF THE WEB-SITE OF THE OIL AND GAS COMPANY (ON MATERIAL OF THE WEB-SITES OF COMPANIES "GAZPROM" AND "SCHLUMBERGER")

The study was performed in one of the important trends of the modern theory of speech genres – theory of virtual genres. Purpose – to identify the genre specificity of web-sites Russian and American oil and gas companies. The study was conducted on the material of the web-sites of companies «Gazprom» and «Schlumberger». Are revealed general for the analyzed hypergenres characteristic: similar communicative purposes, similar author and address, dictum, use of publicistic style as basic. It is noted, that distinctive features of the web-site of the company «Gazprom» are estimation, interest in own positioning as successful company, use of official style; web-site of the company «Schlumberger» inherent directivity, the desire for dialogue with the addressee, using the genres of scientific style.

Keywords: *virtual discourse, speech genre, hypergenre, web-site, oil and gas company.*

Baranov D. S., student

National Research Tomsk Polytechnic University

E-mail: keinmann@mail.ru

Егоров М. А.

ЖАНРОВЫЕ ОСОБЕННОСТИ РУКОВОДСТВА ПО ЭКСПЛУАТАЦИИ АВТОМОБИЛЯ НА РУССКОМ И АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКАХ

Исследование посвящено выявлению жанровых особенностей руководств по эксплуатации к российским и американским автомобилям. Для анализа языкового материала применяется методика, разработанная Т. В. Шмелевой. В результате анализа делается вывод о проявлении особенностей национального менталитета в текстах руководств по эксплуатации. Даются рекомендации российским составителям руководств к автомобилям, предназначенным на экспорт.

Ключевые слова: *инструктивный дискурс, речевой жанр, жанр инструкции, руководство по эксплуатации автомобиля.*

Инструктивные тексты в современном мире представляют собой одно из важнейших средств регулирования потребительско-производственных отношений. Такие тексты используются в большой части сфер человеческой деятельности. В связи с активным развитием торгово-рыночных отношений в России всё более востребованными становятся различные инструкции, руководства, памятки, что делает актуальным лингвистическое исследование инструктивных текстов. Как отмечает С. А. Канащук, благодаря выросшему за последние десятилетия числу инструктивных текстов, дискурс инструкций не только не утратил свою актуальность, но и усилил свое влияние на язык [1]. Исследование текстов инструкций имеет также практическую ценность, т. к. от правильного понимания и исполнения инструкции зависит работа каких-либо приборов, техника безопасности, а также, возможно, и жизнь адресата инструкции (потребителя продукта).

Цель нашего исследования заключается в выявлении жанровых особенностей российских и американских руководств по эксплуатации автомобиля. Несомненно, жанр руководства является достаточно жестким, структурированным, универсальным; он не предполагает яркого проявления специфики культуры сопоставляемых языков. Однако наше исследование исходит из гипотезы, что сопоставительный жанровый анализ может позволить выявить некоторые черты различия в менталитете российского и американского народов.

Объектом нашего исследования является речевой жанр «руководство по эксплуатации автомобиля», предметом – жанровые параметры данного жанра. Материалом для работы послужили русскоязычные тексты руководств к российским автомобилям Волга Siber, Lada Granta, ВАЗ 2104 и англоязычные тексты руководств к американским автомобилям Hummer H3, Chevrolet Cruze, Ford Focus. Практическая ценность данного исследования видится в возможности применения его результатов составителями руководств по эксплуатации российских автомобилей, предназначенных для зарубежного потребителя.

Несмотря на то, что инструктивные тексты нередко становятся объектом лингвистического исследования в различных аспектах, жанр руководства по эксплуатации изучен недостаточно подробно, руководство по эксплуатации автомобиля лингвистами до сих пор не рассматривалось. В данной работе

руководство по эксплуатации понимается как инструктивный текст, содержащий сведения о конструкции, принципах действия изделия и его составных частей; императивный речевой жанр, направленный на «сообщение адресату порядка, способов, правил осуществления какого-либо действия с тем, чтобы каузировать его соответствующее поведение» [2, с. 213].

По мнению Л. В. Рехтина, «инструкция представляет собой формально-содержательную инвариантную модель текстов с общей коммуникативной целью (или с общей коммуникативной функцией) давать указания относительно осуществления какого-либо мероприятия» [3, с. 10]. Л. В. Рехтин представляет инструкцию в функционально-содержательном плане как трехуровневое образование: ядро, ближняя периферия, дальняя периферия. Базовой функцией инструкции является функция побуждения; основной способ выражения побуждения – императив; главной особенностью структуры инструкции Л. В. Рехтин называет четкую структурированность, стандартизованность [3, с. 176].

М. С. Писаренко, рассматривая в своем исследовании пользовательскую и должностную инструкцию, также говорит, что главной задачей любой инструкции является побуждение к выполнению определенных действий (или запрет данных действий), однако, отмечает исследователь, ведомственные инструкции имеют ярко выраженный директивный характер, поскольку регламентируют деятельность в административной сфере, пользовательские же инструкции менее директивны, т. к. их адресат имеет право самостоятельно принимать решение об использовании инструкции [4].

И. Б. Лобанов предлагает классификацию инструктивных текстов по следующим основаниям: 1) по различным приборам, продуктам, действиям; 2) по адресату (широкий круг потребителей или специалист какой-либо сферы деятельности); 3) по области употребления (медицина, машиностроение, промышленность и т. п.); 4) по структурным признакам (регламентированные и нерегламентированные); 5) по формальному признаку (развернутые, краткие, подробные) [5].

Исходя из данной классификации, можно выделить руководство по эксплуатации (руководство пользователя / инструкцию по эксплуатации / пользовательскую инструкцию) как разновидность инструкции – развернутый инструктивный текст к различным приборам, адресованный широкому кругу потребителей. В соответствии с определением Государственного стандарта, руководство по эксплуатации – это «документ, содержащий сведения о конструкции, принципе действия, характеристиках (свойствах) изделия, его составных частей и указания, необходимые для правильной и безопасной эксплуатации изделия (использования по назначению, технического обслуживания, текущего ремонта, хранения и транспортирования) и оценок его технического состояния при определении необходимости отправки его в ремонт, а также сведения по утилизации изделия и его составных частей» [6]. Согласно определению А. С. Киндеркнехт и Е. Ю. Мощанской, инструкция по эксплуатации представляет собой «сопроводительный документ к техническим и электронным изделиям, разного типа оборудования», а ее основное задание – предоставлять сведения и указания на совершение определенных действий [7, с. 135].

Руководство по эксплуатации (как вид пользовательской инструкции) относится к научно-техническому стилю, однако оно написано для людей с разным уровнем знаний в какой-либо сфере (от новичка до профессионала), в связи с этим в данном жанре присутствуют и элементы делового стиля (в его административно-канцелярской разновидности), и элементы публицистического стиля (в частности, рекламы), а также элементы разговорной речи.

В данной работе руководство по эксплуатации рассматривается с позиций речеведческого подхода к исследованию речевых жанров. Для реализации поставленной цели исследования осуществим анализ русскоязычных и англоязычных руководств по эксплуатации автомобиля с применением методики Т. В. Шмелевой [8].

Целью жанра российского руководства по эксплуатации автомобиля является донесение до читателя (владельца автомобиля / водителя) информации, необходимой для корректного использования приобретенного транспортного средства. Абсолютно отсутствует личное мнение автора, руководство состоит только из строго прописанных правил, несоблюдение которых может привести к неполадкам в работе автомобиля и подвергнуть опасности как водителя, так и пассажиров. В российском руководстве преобладает регулятивная функция. Автор, управляя познавательной деятельностью читателя, предоставляет всё больше информации: *Перед пуском, включив зажигание, сделайте паузу в несколько секунд, чтобы электробензонасос успел поднять давление в топливной рампе до рабочего значения.* Автор поясняет читателю, что и как сделать и что из этого следует. Автором предоставляется информация о том, что будет при выполнении какого-либо действия (*Двери снаружи можно открыть, нажав ручку вверх (рис. 2). При открывании дверей автоматически включается освещение салона*) и описывается порядок выполнения некоторых действий: *Для замены перегоревшего предохранителя в варианте А снимите крышку, специальным ключом 4, выньте перегоревший предохранитель и вставьте запасной предохранитель из гнезда 2 с соответствующим номиналом.*

В американском руководстве регулятивная функция проявляется меньше, автор доносит до читателя лишь малую долю информации. Автор вместо того, чтобы предоставить адресату (пользователю) информацию для самостоятельного решения проблемы, постоянно рекомендует обратиться в сервисный центр: *see your dealer (обратитесь к дилеру)* (здесь и далее перевод с английского языка выполнен нами – М. Е.).

Автор американского руководства предоставляет информацию о том, как правильно выполнить основные действия по эксплуатации автомобиля (*Lift the bar located under the front of the seat to unlock it. Slide the seat to where you want it and release the bar. Try to move the seat with your body to be sure the seat is locked in place* (Потяните рычаг, расположенный под передней частью сиденья, чтобы разблокировать его. Передвиньтесь в удобное для Вас место и отпустите рычаг. Попробуйте подвигаться в кресле, чтобы удостовериться, что сиденье зафиксировалось на месте)) и порядок выполнения некоторых действий: 1. Insert a coin, or similar object, in the slot between the covers of the transmitter housing. Gently pry the transmitter apart. 2. Remove and replace the battery with a three-volt CR2032 or equivalent battery. 3. Align the covers and snap them together. 4. Check the operation of the transmitter (1. Вставьте монету или подобный объект в щель между крышкой корпуса передатчика. Аккуратно приподнимите крышку. 2. Снимите и замените трехвольтовую батарею на батарею CR2032 или эквивалентную ей. 3. Оденьте крышку на место. 4. Проверьте работу передатчика)). В отличие от российского руководства, в основном эти действия простые и ограничены заменой батареек или лампочек, но, как и в российском руководстве, автор не проявляет абсолютно никаких эмоций. Автор американских руководств не предоставляет адресату возможности ознакомиться со всеми способами решения проблем с автомобилем.

В российском руководстве автор играет роль посредника в донесении информации. Автором текста руководства является технический писатель, владеющий всей информацией об автомобиле. К образу автора присоединяется образ изготовителя автомобиля. В российском руководстве по эксплуатации образ автора четко выражен. Этот автор представлен в образе старшего мудрого товарища, дающего адресату рекомендации, как и в какой последовательности производить какие-либо действия, для того чтобы избежать недоразумения.

В американском руководстве автор представлен дилерским центром, который решает все проблемы пользователя: *If an abnormal temperature reading is displayed for an extended period of time, see your dealer* (При длительном отображении неправильной температуры обратитесь к дилеру); *Seek the assistance of a workshop in the event of damage* (Во избежание неполадок следует прибегнуть к помощи дилерского центра); *Have bulbs replaced by a workshop* (Проводите замену ламп у дилера). Текст руководства выглядит как реклама сервисного центра официального дилера, автомобиль предстает в руководстве как лучший: *Your vehicle is a designed combination of advanced technology, safety, environmental friendliness and economy* (Ваш автомобиль – это сочетание передовых технологий, безопасности, экологичности и экономичности).

Адресатом руководств по эксплуатации на английском и русском языках является владелец автомобиля (пользователь, водитель). В российских руководствах по эксплуатации адресат представлен не простым читателем, а учеником мастера (автора), способным справиться с любой возникшей проблемой при помощи старшего товарища: *После доливки уровень масла следует контролировать не ранее, чем через три минуты, чтобы доливка порция масла успела стечь в картер; Периодически прочищайте заборный фильтр насоса омывателя и жиклеры омывателей ветрового стекла и фар, а также проверяйте направление струи жидкости на ветровое стекло*. Как мы видим, между автором и адресатом складываются дружеские отношения. У автора положительный настрой по отношению к адресату, и, если адресат будет следовать всем указаниям, с автомобилем всё будет в порядке.

Автор преимущественно обращается к адресату во введении, используя императив и местоимения «Вы», «Ваш»: *Для доступа к пробке 1 (рис. 9) топливного бака нажмите на передний край крышки 2; поверните вниз блокирующую ручку 1; Подробную информацию о Вашем автомобиле Вы можете получить у продавца*.

В американских руководствах адресат представлен в виде простого рядового потребителя, который будет обращаться за помощью к дилеру. Между автором и адресатом складываются исключительно деловые отношения. Автор видит в адресате человека, который должен платить за каждую мелочь, связанную с техническим обслуживанием автомобиля, в остальных случаях автомобиль может стать непригодным для использования.

Фактор прошлого и фактор будущего в руководствах совпадает: чтению руководства предшествует приобретение автомобиля, после прочтения адресатом руководства предполагается успешное и безопасное использование автомобиля.

Основу содержания руководства по эксплуатации автомобиля составляет техническая информация по его использованию. Автор русскоязычного руководства уделяет большое внимание безопасности, однако наибольшее внимание уделено самостоятельному ремонту автомобиля. В американском руководстве повышенное внимание уделено только вопросу безопасности (*Folding a rear seat with the safety belts still fastened may cause damage to the seat or the safety belts. Always unbuckle the safety belts and return them to their normal stowed position before folding a rear seat* (Складывание заднего сиденья с пристегнутыми ремнями безопасности может привести к повреждению сиденья или ремней безопасности. Всегда расстегивайте ремни безопасности и возвращайте их в исходное положение, прежде чем сложить заднее сиденье)).

Структура руководств выглядит следующим образом. На титульном листе российского руководства изображен автомобиль. Затем следует лист с контактной информацией завода-изготовителя. Далее приветствие владельца автомобиля и содержание. Также существует раздел для заметок, чтобы владелец мог указывать какие-либо нюансы, например, касательно техобслуживания. Присутствует большое количество

схем и рисунков, облегчающих процесс восприятия предоставляемой информации и наглядно демонстрирующих последовательность выполняемых действий.

Текст американского руководства по эксплуатации, в отличие от российского, начинается с содержания руководства, затем следует приветствие владельца автомобиля, несколько глав, посвященных описанию автомобиля и правильной его эксплуатации, также возможным проблемам и способам их решения, приложение отсутствует, вместо него присутствует алфавитный указатель терминов.

В тексте российского руководства по эксплуатации присутствует большое количество автомобильной лексики: *клавишные переключатели, блок сигнализаторов, подрулевые переключатели, корректор света фар, панель приборов, угол зажигания* и др. Также можно отметить большое количество слов, выражающих побуждение к совершению конкретного действия (*потяните на себя рычаг, поднимите капот, нажмите на передний край крышки, снимите, освободите, поверните, намотайте, потяните*) или, наоборот, запрет (*Нажимать на кнопку при открытой двери нельзя; Не наклеивайте и не наматывайте на упоры скотч; Не перегружайте задний борт*); часто встречаются наречия, обозначающие качество действия: *резко, плавно, медленно, аккуратно, постепенно*.

В текстах российских руководств по эксплуатации присутствуют признаки публицистического стиля (*Помните* – обращение к адресату); официально-делового стиля (*Федеральным законом РФ «О безопасности дорожного движения»* – законодательная лексика, *Не допускается...* – конструкции волеизъявления, запреты); научного стиля: *Своевременное выполнение регламентных и ремонтных работ существенно влияет на техническое состояние автомобиля, обеспечивает предусмотренные конструкцией долговечность и эксплуатационные характеристики автомобиля* – отглагольные существительные, абстрактные существительные на -ость, причастия.

В тексте американского руководства по эксплуатации, так же, как и российского, присутствует большое количество автомобильной лексики (*Tire flat (камера шины), Instrument panel (основная панель), Head Light (ближний свет)*), глаголов в повелительном наклонении (*Press (нажмите), Turn (поверните), Insert (вставьте)*), запретов (*do not add (не вставляйте), do not do (не делайте)*). В американском руководстве нет такого большого количества отглагольных существительных, как в российском, но также много наречий, характеризующих действия, связанные с правильным управлением автомобилем: *slowly (медленно), carefully (аккуратно)*.

Таким образом, в результате проведенного анализа можно сделать вывод о том, что различия между российскими и американскими руководствами видны практически на всех уровнях жанровой организации. В данных различиях прослеживается отличие российского и американского общества: в американском руководстве проявляются черты общества потребления, где все стремятся к материальным благам, человек является потребителем, а не производителем, и важную роль играет реклама; в российском руководстве отражаются черты менталитета россиянина, не нацеленного на постоянную покупку нового; трудолюбивого, готового и способного многое делать своими руками.

В результате проведенного жанрового анализа российских и американских руководств по эксплуатации автомобиля можно представить некоторые рекомендации российским составителям руководств к автомобилям, предназначенным на экспорт, для того чтобы западный потребитель лучше воспринимал руководство:

- 1) необходимо значительно больше внимания уделять безопасности использования автомобиля;
- 2) не нужно включать в текст руководства указания по исправлению повреждений в автомобиле и предупреждать адресата об ответственности за самостоятельное вмешательство в конструкцию изделия;
- 3) необходимо больше использовать в тексте руководства элементы рекламы.

Список использованных источников

1. Канащук С. А. Структурные, стилистические и коммуникативные особенности традиционных текстов дискурса инструкций // Язык и культура. – 2011. – № 4. – С. 21–29.
2. Чабан Т. Ю. Инструкция // Культура русской речи: энциклопедический словарь-справочник / под ред. Л. Ю. Иванова, А. П. Сковородникова, Е. Н. Шириева и др. – М.: Флинта: Наука, 2003. – С. 213–214.
3. Рехтин Л. В. Речевой жанр инструкции: полевая организация: дис. ... канд. филол. наук. – Горно-Алтайск, 2005. – 194 с.
4. Писаренко М. С. Коммуникативно-прагматическая и структурно-семантическая характеристика текста инструкции: автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Белгород, 2008. – 20 с.
5. Лобанов И. Б. Принципы построения инструктирующего текста в русском языке: автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Ростов н/Д, 2003. – 20 с.
6. ЕСКД. Эксплуатационные документы. ГОСТ 2.601-95 // L-CARD. URL: http://www.lcard.ru/~shirokov/doc/gost_2_601.php3 (дата обращения: 27.04.2015).
7. Киндеркнехт А. С., Мощанская Е. Ю. Инструкция по эксплуатации как жанр директивного дискурса: предпереводческий анализ // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – Тамбов: Грамота, 2013. – № 7 (25): в 2-х ч. – Ч. I. – С. 134–137.
8. Шмелева Т. В. Речевой жанр. Возможности описания и использования в преподавании языка // Russistik. Русистика. Научный журнал актуальных проблем преподавания русского языка. – Berlin. – 1990. – № 2. – С. 20–32.

Научный руководитель О. А. Казакова, канд. филол. наук, доцент ТПУ

Egorov M. A.

GENRE FEATURES OF THE CAR'S MANUAL IN THE RUSSIAN AND ENGLISH LANGUAGES

Research is devoted to detection of genre features of operation manuals to the Russian and American cars. The technique developed by T. V. Shmelyova is applied to the analysis of language material. As a result of the analysis the conclusion about manifestation of features of national mentality in texts of operation manuals is drawn. Recommendations to the Russian authors of the manual to the cars, intended for export are made.

Keywords: *instructive discourse, speech genre, genre instruction, car's manual.*

Egorov M. A., student
National Research Tomsk Polytechnic University
E-mail: 93makc@sibmail.com

Нгуен Тхи Ньы Куйнь

ЖАНРОВО-СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ТЕХНИЧЕСКИХ ИНСТРУКЦИЙ (НА МАТЕРИАЛЕ РУССКОГО ЯЗЫКА)

Исследование посвящено одному из актуальных объектов современной лингвистики – инструктивному дискурсу и его жанрам. Цель работы – выявить жанрово-стилистические особенности русскоязычных технических инструкций к сложным техническим устройствам и системам. С опорой на анкету речевого жанра осуществлен анализ шести текстов инструкций: описана специфика коммуникативной цели, образа автора, образа адресата, диктума; выявлены признаки научного и делового стилей, а также рекламного дискурса, которые проявляются как в языке текстов, так и в содержательных компонентах модели речевого жанра.

Ключевые слова: *инструктивный дискурс, речевой жанр, техническая инструкция, научный стиль, официально-деловой стиль, русский язык.*

Для современной лингвистики характерен особый интерес к текстам научно-технического стиля, в том числе к инструктивным текстам. Наша работа направлена на выявление жанрово-стилистических особенностей технической инструкции на русском языке с целью дальнейшего сравнения технических инструкций на русском и английском языках. Объектом данного исследования является жанр научно-технической инструкции, предметом – ее жанровые параметры.

Материал для работы составили шесть текстов технических инструкций к различным устройствам и системам общим объемом около 200 страниц: техническая инструкция автомобильной бортовой информационной системы, техническая инструкция к модульному напольному покрытию, техническая инструкция шлагбаума, инструкция по эксплуатации металлических резервуаров, инструкция по технической эксплуатации устройств и систем сигнализации, централизации и блокировки, руководство по эксплуатации ультразвукового толщиномера. Следует отметить, что такие инструкции, в отличие от инструкций к бытовым приборам и техническим устройствам общего употребления, становятся объектом лингвистического исследования впервые.

Технические инструкции относятся к инструктивному дискурсу. Инструктивный дискурс является результатом (устного и письменного) коммуникативного взаимодействия участников, направленного на ознакомление с правилами «устройства и безопасной эксплуатации различных агрегатов и приспособлений» [1, с. 1]. Основная функция инструктивного дискурса – это познавательная функция с установкой на интенсивное накопление информации. М. С. Писаренко считает определяющими функциями инструктирующих текстов оперативную, апеллятивную и информативную функции, поскольку тексты инструкций, с одной стороны, информируют адресата, с другой стороны, они побуждают его выполнять или запрещают ему выполнять какие-либо действия [2, с. 10]. С. А. Канащук выделяет в инструктивном дискурсе репрезентативную, миромоделирующую, обучающую и мотивационную функции [3]. Важной отличительной чертой всех инструктивных текстов является особая связь коммуникантов: отношения между автором текста и адресатом формируются на основе различий в объеме имеющейся у них информации о некотором предмете [4].

Инструктивный дискурс представлен различными инструктивными жанрами. Так, Е. С. Троянская выделяет инструктивные тексты как один из семи типов «произведений научной литературы», относя к инструктивным текстам инструкцию, руководство, памятку, рекомендации, сопроводительную документацию, методики, программу [5]. С. А. Канащук, анализируя инструктивный дискурс IT корпораций, называет руководство и памятку типами форм существования инструктивных текстов, наряду с надписью на

устройстве, схемой, аудио-, видео-инструкцией, интерактивной инструкцией, всплывающими подсказками, гипертекстовой базой знаний, гипертекстовым онлайн-ресурсом, электронным документом (см. [3, с. 9]).

Инструкция в широком смысле – это свод правил, устанавливающий порядок и способ каких-либо действий. Существуют разные виды инструкций: ведомственная инструкция, медицинская инструкция, должностная инструкция, инструкция по делопроизводству. Тексты, выполняющие директивную функцию, могут относиться к разным типам, принадлежать к разным стилям (научному, деловому, разговорному (например, совет), публицистическому (жанр рецепта)) и т. п. В нашей работе рассматриваются инструкции к сложным техническим устройствам – технические / технологические инструкции. Для анализа материала опираемся на анкету речевого жанра, предложенную Т. В. Шмелевой [6]: рассмотрим специфику проявления в анализируемых текстах таких жанровых параметров, как «коммуникативная цель», «образ автора», «образ адресата», «диктум», а также выявим основные стилистические черты инструкций (элемент жанрового параметра «формальная организация»).

Цель технической инструкции – представить подробную информацию о том, как пользоваться сложным устройством, как его включать и выключать, ремонтировать, чтобы было безопасно как для человека, так и для прибора, устройства. В технической инструкции мы можем увидеть конкретную цель: автор хочет передать адресату необходимые практические сведения по использованию устройства или системы.

Автором технической инструкции является специалист, инженер, представитель фирмы, завода-производителя. В тексте инструкции может использоваться местоимение «мы», которое объединяет коллектив авторов текста и производителей продукции (*Мы гарантируем нормальную работу 615 шлагбаума только и исключительно в случае установки устройств безопасности FAAC и оригинального блока управления*).

Адресатом технической инструкции также является специалист: рабочие, инженеры, которые будут использовать данное устройство, обслуживать его. В тексте инструкции встречаются обращения к адресату с помощью местоимения «вы» (*В этой инструкции Вы найдете всю необходимую информацию по установке устройства и его безопасной эксплуатации*). Многие глаголы употребляются в форме императива, часто с отрицанием «не»: *Не проходите под стрелой во время ее движения; Берегите пульт радиуправления от детей; Установите световой индикатор в более эффективном и наиболее заметном месте*.

Спецификой образа автора и адресата в жанре технической инструкции является использование слов «производитель» и «потребитель» (и их синонимов) для обозначения участников коммуникации: *Фирма-производитель гарантирует исправную работу шлагбаума в течение гарантийного срока, при условии соблюдения потребителем правил транспортировки, хранения, монтажа и эксплуатации; В случае запроса, потребитель должен обеспечить уполномоченному представителю ООО «ПластФактор» доступ для осмотра и проверки поврежденного покрытия, основания и условий его эксплуатации; Изготовитель не несет гарантийных обязательств в следующих случаях...*

Однако чаще всего образ автора и образ адресата в тексте инструкции не проявляются на языковом уровне: *Рекомендуемые виды контактных смазок приведены в Приложении Б настоящего РЭ*.

Следующий жанровый критерий – диктум (диктумное содержание). Содержание технической инструкции представляет собой информацию, связанную с функционалом устройства. В тексте инструкции представлена комплектация аппарата, описан принцип действия, особое внимание уделяется подключению, использованию и техническому обслуживанию устройства. В каждой технической инструкции есть содержание инструкции; название жанра (*техническая инструкция, типовая инструкция, инструкция по технической эксплуатации*); марка и модель устройства (*M500, 615BPR, ВЗЛЕТ УТ*); место производства (*Москва, Санкт-Петербург*). Большинство технических инструкций сопровождаются таблицами, схемами, фотографиями, рисунками, символами, формулами. Некоторые инструкции содержат рекламную информацию о производителе: история фирмы, ее опыт, ее партнеры и клиенты. Один из разделов технических инструкций посвящен экологичности или безопасности устройства.

Тексты технических инструкций имеют стилистические особенности научного и делового стилей.

Можно отметить следующие признаки делового стиля:

1) в каждой технической инструкции существует свой набор реквизитов, предусмотренный государственным стандартом (*Российское акционерное общество энергетики и электрификации «ЕЭС России»; Департамент науки и техники; Срок действия...; Разработано...; Исполнитель...; Утверждено...*);

2) все тексты характеризуются такой важной стилевой чертой деловой речи, как точность: подробная рубрикация, конкретные наименования, номенклатура товаров и должностей, большое количество цифр и аббревиатур (*ультразвуковые пьезоэлектрические преобразователи (ПЭП) для измерения толщины типа П112-5,0-12/2-Б и П112-5,0-10/2-А*);

3) все тексты характеризуются долженствующе-предписующим характером (*Монтаж модульного напольного покрытия Canal необходимо производить при температуре помещения, в котором оно будет эксплуатироваться; В месте организации котлована для фундамента не должно быть труб и/или электрических кабелей; С помощью кабеля соединительного подключить ПЭП к блоку электронному; Перед началом установки в автомобиль обязательно проверьте комплектацию системы M500*).

Признаком научного стиля является в первую очередь использование терминов, а также характерны синтаксические конструкции научного стиля: пассивные конструкции, причастные обороты.

Кроме того, в технической инструкции можно увидеть признаки рекламы: яркий дизайн, логотипы, информация о качестве обслуживания, обращения к покупателю и потребителю, приглашения к сотрудничеству (*Мы постоянно совершенствуем свой продукт, чтобы он всегда оставался современным и комфортным для Вас*).

Таким образом, проведенный жанрово-стилистический анализ позволил выявить в технических инструкциях на русском языке признаки официально-делового стиля, научного стиля и рекламного дискурса, проявляющиеся как в языке текстов, так и в содержательных компонентах модели речевого жанра.

Список использованных источников

1. Агамалиева И. Д. Функционально-семантическое описание коммуникативных актов инструктивной дискурсии: автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Ульяновск, 2002. – 21 с.
2. Писаренко М. С. Коммуникативно-прагматическая и структурно-семантическая характеристика текста инструкции: автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Белгород, 2008. – 20 с.
3. Канащук С. А. Инструктивный дискурс IT корпораций: автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Томск, 2012. – 24 с.
4. Радзиевская Т. В. Научный текст как представитель особого типа коммуникации // Научно-техническая информация. – Сер. 2. – 1984. – № 10. – С. 1–6.
5. Троянская Е. С. Полевая структура научного стиля и его жанровых разновидностей // Общие и частные проблемы функциональных стилей. – М.: Наука, 1984. – С. 16–27.
6. Шмелева Т. В. Речевой жанр. Способности описания и применения в преподавании языка // Russistik. Русистика. Научный журнал актуальных проблем преподавания русского языка. – Berlin. – 1990. – № 2. – С. 20–32.

Научный руководитель О. А. Казакова, канд. филол. наук, доцент ТПУ

Нгуен Тхи Ньы Куйнь, студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

E-mail: quynhbim2222@gmail.com

Nguyen Thi Nyi Quynh

GENRE AND STYLISTIC FEATURES OF TECHNICAL INSTRUCTIONS (ON RUSSIAN MATERIAL)

The work purpose – to reveal genre and stylistic features of Russian-language technical instructions to difficult technical devices and systems. Used the questionnaire of a speech genre and analyzed six texts of instructions: described specifics of the communicative purpose, image of the author, an image of the addressee, a dictum; revealed signs of scientific and official styles, and also an advertizing discourse, which are shown both in language of texts, and in substantial components of model of a speech genre.

Keywords: *instructive discourse, speech genre, technical instruction, scientific style, official style, Russian.*

Nguyen Thi Nyi Quynh, student

National Research Tomsk Polytechnic University

E-mail: quynhbim2222@gmail.com

Бельская А. Е.

КОРРЕКЦИЯ КОММУНИКАТИВНЫХ НАРУШЕНИЙ ТОЧНОСТИ И КРАТКОСТИ В ИНСТРУКТИВНЫХ ТЕКСТАХ (НА МАТЕРИАЛЕ РУССКОГО И АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКОВ)

В статье ставится задача рассмотреть аспекты коррекции коммуникативных нарушений при переводе инструктивных текстов. Описываются особенности жанра инструктивного текста; лексические, грамматические и стилистические характеристики таких текстов, которые должны быть учтены при переводе. Исследование проводилось с использованием описательного и сравнительно-сопоставительного методов. В результате анализа были выделены самые распространенные виды коммуникативных нарушений, встречающиеся в текстах переводов инструкций, предложены варианты их коррекции, а также способы сохранения коммуникативной точности и краткости при переводе.

Ключевые слова: *инструктивный текст, текстовые категории, нарушения точности, нарушения краткости, коррекция нарушений.*

В современных условиях глобализации и расширения рыночных отношений жанр инструктивного текста начинает играть всё более значительную роль. Инструкция является гарантом исправности товара и выступает в некоторой степени договором между продавцом и покупателем, т. е. юридическим документом.

Кроме того, инструкция содержит важные сведения о продукте, которые потребителю необходимо знать, чтобы не нанести вред своему здоровью и здоровью окружающих.

Ввиду особой важности инструктивных текстов с каждым годом возрастают требования к качеству их перевода, к степени точности передаваемой информации, что и определяет актуальность данной работы.

Данное исследование проводилось на материале текстов инструкций к парфюмерно-косметической продукции, переведенных с английского языка на русский, и их оригинальных вариантов. Теоретической основой данного исследования послужили работы Б. А. Абрамова [1], И. С. Алексеевой [2], Б. С. Мучника [3], Л. М. Райской [4] и др.

Инструкция к парфюмерно-косметической продукции является жанром официально-делового стиля и представляет собой особую разновидность инструктивного текста, которая носит название «Маркировка парфюмерно-косметической продукции» [5]. Основополагающими характеристиками данного жанра выступают такие черты, как точность и языковой стандарт, которые влияют на выбор лексических, синтаксических и грамматических средств при оформлении текста. Среди основных языковых средств в инструктивных текстах можно назвать следующие: специальные лексические единицы, в т. ч. термины, языковые клише, обращения, формулы уважения в тексте, сокращения и аббревиатуры. Преобладает именной характер речи. Количество образных средств в таких текстах сведено к минимуму. Стилистическую окраску текста инструкции характеризуют такие качества, как официальность, имперсональность, объективность, безэмоциональность, сухость и модальность. Также инструктивный текст определяется наличием текстовых категорий точности, логичности, ясности, полноты и краткости. Нарушение одной или нескольких таких категорий приводит к возникновению стилистических и речевых ошибок [2].

Переводчику необходимо знать данные речевые категории и понимать, к каким ошибкам может привести их нарушение.

В практике перевода часто встречаются тексты с нарушениями фактической и коммуникативной точности, а также краткости речи [4]. В настоящем исследовании были проанализированы случаи нарушения краткости и коммуникативной точности, последняя из которых представлена следующими позициями:

- смешение слов, сходных по значению;
- смешение слов, сходных по значению и звучанию;
- смешение слов одного семантического поля;
- нарушение точности в передаче образного значения;
- неточный выбор грамматических конструкций [3].

Рассмотрим на конкретных примерах нарушения коммуникативной точности.

Смешение слов, сходных по значению, можно проиллюстрировать следующим примером: *In case of irritation **discontinue** use / В случае возникновения раздражения, приостановить использование.* В данном случае ошибка заключается в употреблении в переводном тексте слова «приостановить» в качестве эквивалента для английского *discontinue*, поскольку эти глаголы имеют весьма существенную разницу в значении. Русский глагол *приостановить* подразумевает частичное, временное прекращение использования препарата, в то время как английский глагол *discontinue* означает полный отказ от использования того или иного объекта. Таким образом, наблюдается существенное и недопустимое расхождение в семантике слов, поскольку речь идет об использовании косметического препарата, временное прекращение употребления которого вместо полного прекращения может привести к проблемам со здоровьем. Возможным вариантом перевода будет следующий: *В случае возникновения раздражения, **прекратить** использование.* Подобное нарушение представлено и в следующем предложении: *UV Whitening Lotion also **tightens** pores as well as provides a balanced moisture level on the skin to prevent excessive oil production / Лосьон для снятия макияжа также **сокращает** поры и проводит сбалансированное увлажнение кожи, чтобы предотвратить избыточное появление жира на коже.* В данном фрагменте ошибка совершена при переводе словосочетания *tighten pores* как *сокращать поры*. Автор говорит о возможности лосьона делать поры меньше, т. е. уже, поскольку сами поры представляют собой отверстия в коже круглой формы, следовательно, чтобы их уменьшить, нужно сделать их более узкими. Это подтверждается и тем фактом, что частотность употребления выражения *сокращать поры* значительно превышает частотность употребления других словосочетаний с таким же значением. Кроме того, глагол *сокращать* означает «делать менее продолжительным по времени; выражать название чего-либо более кратко; выражать в меньших числах какое-либо математическое отношение», но не содержит значение уменьшения или сужения формы тела. Поэтому в качестве возможного варианта перевода можно предложить следующий: *Лосьон для снятия макияжа также **сужает** поры и проводит сбалансированное увлажнение кожи, чтобы предотвратить избыточное появление жира на коже.*

В текстах перевода также встречаются случаи **смешения слов, схожих по значению и звучанию**: *The gentle **action** of PAYOT deodorants guarantees long-lasting freshness by helping regulate perspiration throughout the day / Мягкое воздействие дезодорантов PAYOT гарантирует долгую свежесть и помогает регулировать потоотделение на протяжении дня.* Нарушение коммуникативной точности в русском переводе можно обнаружить еще при первочтении. Выбор существительного *воздействие* при переводе английского *action* ошибочный, поскольку, согласно словарному определению, существительное *воздействие* означает «любое действие, направленное на объект с целью повлиять на него», следовательно, необходимо указание на объект, на который будет направлено воздействие, причем указание предполагаемого объекта отсутствует в

обоих предложениях: русском и английском. В данном предложении лучше употребить другой синоним выбранного существительного – *действие*. Можно предложить следующий вариант перевода: *Мягкое действие дезодорантов PAYOT гарантирует долгую свежесть и помогает регулировать потоотделение на протяжении дня*. Следующий пример также содержит случай смешения слов, схожих по звучанию и значению. *The synergy developed by PAYOT’S skin care products give the best results of efficiency* / Совместимое действие разработанных лабораторией PAYOT линий повышает эффективность каждого отдельного продукта PAYOT. В русском переводе данного предложения нарушением коммуникативной точности будет являться употребление прилагательного *совместимое*. Словарное значение этого прилагательного является следующим – «способный быть совмещенным с кем-либо или чем-либо». В русском языке это прилагательное чаще всего употребляется в таких словосочетаниях – *совместимый картридж, совместимый адаптер*, иными словами, чаще используется в технических текстах. Правильным стал бы выбор другого синонима, отражающего значение английского *synergy*, а именно – прилагательного *совместный*, которое также выражает значение действия, которое одновременно выполняется несколькими людьми. В качестве корректного перевода можно предложить следующий: *Совместное действие разработанных лабораторией PAYOT линий повышает эффективность каждого отдельного продукта PAYOT*.

Следующим представлен случай **смешения слов одного семантического поля**: *For best result apply daily during 12 days, then 1–2 times a week* / Рекомендуется применять курсом ежедневно в течение 12 дней, затем 1–2 маски в неделю. Ошибочным в данном фрагменте будет перевод слова *times* как *маски*, поскольку такой выбор нарушает логику предложения: в первой части предложения говорится о том, сколько дней, т. е. сколько раз, нужно использовать маску. Во второй части переводчик заменяет слово *раз* на *маски*, что несколько нелогично, поскольку в качестве контекстуального синонима ожидаемо употребление существительного с временным значением. Кроме того, уже при первочтении можно заметить несочетаемость глагола *применять* и дополнения «маски». В качестве коррекции можно предложить следующий вариант перевода: *Рекомендуется применять курсом ежедневно в течение 12 дней, затем 1–2 раза в неделю*. Подобная ошибка представлена и в следующем предложении: *Beauty cares to continuously moisturize and comfort your skin* / Необыкновенный уход для регулярного увлажнения и комфорта вашей кожи. В данном случае неправомерно употребление прилагательного *регулярный*, поскольку английское наречие *continuously* имеет значение продолжительного действия, а не регулярно выполняемого. Семантика словосочетаний *регулярное увлажнение* и *продолжительное увлажнение* различна. В оригинальном предложении говорится о таком уникальном качестве косметического средства, как способность долго сохранять влагу в коже. Следовательно, выбор прилагательного *регулярный* будет неверным, и в качестве корректного перевода можно предложить следующий: *Необыкновенный уход для продолжительного увлажнения и комфорта вашей кожи*.

Такую переводческую ошибку, как **неточный выбор грамматической конструкции**, можно рассмотреть на следующем примере: *If skin develops a rash or becomes irritated, discontinue product* / Когда кожа краснеет или становится раздраженной, прекращайте использование продукта. Переводческая ошибка состоит в употреблении конструкции с местоименным наречием *когда*, т. к. такая конструкция подразумевает обязательное и закономерное покраснение и раздражение кожи как результат использования косметики. Однако в английском предложении используется условное наклонение, т. е. имеется в виду нежелательный побочный эффект, который может стать неожиданной реакцией организма, а совсем не обязательным следствием. В качестве коррекции можно предложить такое высказывание: *Если кожа краснеет или становится раздраженной, прекращайте использование продукта*. Также неточный выбор грамматической конструкции можно рассмотреть на следующем примере: *So we say it is a second chance for every skin with wrinkles – a chance to help forgive and forget the effect of sun, stress, pollution* / Это как будто «второй шанс» для кожи проститься с негативными последствиями солнца, стресса, загрязнения окружающей среды. Уже при первочтении становится очевидно нарушение коммуникативной точности в данном предложении, а именно употребление словосочетания *последствия солнца*. Причиной ошибки могло стать употребление схожей конструкции в английском предложении. Однако калька этой конструкции нарушит нормы русского языка. Существительное *последствия* требует дополнения, в качестве которого может выступить только то слово, которое несет семантику изменения, влияния, которое один объект оказывает на другой объект. Существительное *солнце* в таком случае не сочетается со словом *последствия*, поскольку называет просто объект (солнце), но не указывает, какое влияние оно оказывает. Негативным фактором является не солнце само по себе, но солнечное облучение. Корректным является следующий вариант перевода: *Это как будто «второй шанс» для кожи проститься с негативными последствиями солнечного облучения, стресса, загрязнения окружающей среды*.

Нарушение точности при передаче образного значения может быть проиллюстрировано таким примером: *Many scientists see wrinkles as “solar scars”, the visible proof of collagen loss from years of UV-damage* / Многие ученые рассматривают морщины как «шрамы», вызванные UV-излучением. Переводчик не сохраняет авторский образ, представленный в английском предложении: *solar scars*, переведя это выражение как *шрамы*. Опустив прилагательное *солнечный* переводчик невольно полностью изменяет тональность предложения, и метафора, которая была логичной в оригинальном предложении, может уже вызвать

недоумение при первочтении. Целесообразным будет сохранить авторский образ при переводе: *Многие ученые рассматривают морщины как «солнечные шрамы», вызванные UV-излучением.*

В текстах переводов инструктивных текстов часто встречаются нарушения не только точности, но также и **краткости речи**, которые представлены в следующих предложениях: *So we say it is a second chance for every skin with wrinkles – a chance to help forgive and forget the effect of sun, stress, pollution* / *Это как будто «второй шанс» для кожи проститься с негативными последствиями солнца, стресса, загрязнения окружающей среды, воды, воздуха.* В русском предложении переводчик добавляет слова, которые, несомненно, вписываются в контекст, но, по сути, являются лишними, поскольку значение выражения *окружающая среда* включает понятия *вода* и *воздух*. Таким образом, уточнения, добавленные переводчиком, будут представлять собой такую ошибку, как избыточность. Возможным вариантом перевода является следующий: *Это как будто «второй шанс» для кожи проститься с негативными последствиями солнечного облучения, стресса, загрязнения окружающей среды.* В следующем предложении также содержится нарушение краткости речи: *Then take a cotton ball and apply Whitening Lotion to ball and smooth the cotton ball throughout face* / *Затем возьмите ватный диск и нанесите на ватный диск лосьон для снятия макияжа, а после протрите им лицо.* Нарушение краткости в переводе данного фрагмента заключается в употреблении лишнего слова, а именно повторе словосочетания *ватный диск* дважды в одном и том же предложении. Несмотря на то, что в английском предложении автор дважды употребляет словосочетание *cotton ball*, нормы русского языка не позволяют это сделать. Целесообразно опустить данное словосочетание или заменить его синонимичным. С учетом всего вышесказанного данное предложение можно перевести таким образом: *Затем возьмите ватный диск, нанесите на него лосьон для снятия макияжа, а после протрите им лицо.*

Итак, в данном исследовании были представлены особенности жанра инструктивного текста, рассмотрены самые распространенные нарушения коммуникативной точности и краткости, а также примеры таких нарушений и варианты их коррекции при переводе текстов инструкций к парфюмерно-косметической продукции с иностранного языка (английского) на русский.

Список использованных источников

1. Абрамов Б. А. Текст как закрытая система языковых знаков // Лингвистика текста: материалы научной конференции. Ч.1. – М.: МГПИИЯ им. М. Горького, 1974. – С. 3–4.
2. Алексеева И. С. Профессиональный тренинг переводчика: Учебное пособие по устному и письменному переводу для переводчиков и преподавателей: учебное пособие. – СПб: Союз Перспектива, 2008. – 288 с.
3. Мучник Б. С. Культура письменной речи: Формирование стилистического мышления: Пособие для учащихся 10–11-х классов средн. школ, гимназий. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Аспект Пресс, 1996. – 175 с.
4. Райская Л. М. Коррекция коммуникативных нарушений в текстах русскоязычных переводов: учебное пособие. – Томск: Изд-во Томского политехнического университета, 2012. – 132 с.
5. Технический регламент Таможенного союза о безопасности парфюмерно-косметической продукции от 23 сентября 2011 г. // Технический регламент Таможенного союза ТР РС. 23.09.2011. URL: http://www.tehreg.ru/TP_TC/TP_TC_009_2011/TP_TC_009_2011.htm (дата обращения: 02.04.2014).

Научный руководитель Е. В. Исаева, канд. филол. наук, доцент ТПУ

Бельская А. Е., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

E-mail: sashabelskaya@gmail.com

Belskaya A. E.

CORRECTION OF COMMUNICATIVE MISTAKES AND MISTAKES OF ACCURACY IN INSTRUCTIVE TEXTS (BASED ON ENGLISH AND RUSSIAN INSTRUCTIVE TEXTS)

The main aim of the article is to examine the aspects of the correction of communicative mistakes in translated texts of instructive texts. The attention is devoted to the most important characteristics of such texts such as lexical, grammatical and stylistic characteristics that should be taken into consideration while translating. Consequently, the author singles out common types of mistakes and brings forward possible solutions.

Keywords: *instructive text, text categories, mistakes of accuracy, mistakes of compression, correction of mistakes.*

Belskaya A. E., student

National Research Tomsk Polytechnic University

E-mail: sashabelskaya@gmail.com

МЕТАФОРИЧЕСКИ МОТИВИРОВАННЫЕ ТЕРМИНЫ АТОМНОЙ ЭНЕРГЕТИКИ (НА МАТЕРИАЛЕ ТЕРМИНОВ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА)

Статья посвящена английским метафорически мотивированным терминам атомной энергетики. Актуальность обусловлена нехваткой исследований терминов атомной энергетики в данном аспекте, а также востребованностью материалов исследования в собственно лингвистической, переводческой и лексикографической практиках. Цель статьи состоит в выявлении метафорической мотивированности терминологии атомной энергетики. В результате использования сравнительно-сопоставительного и описательного методов удалось систематизировать терминологию атомной энергетики, определить тематические группы явлений, которым уподоблены термины, а также подтвердить гипотезу о влиянии «человеческого фактора» на создание новых единиц языка и о способности термина обладать образностью.

Ключевые слова: термин, метафоризация, атомная энергетика, антропоцентризм, английские термины, мотивированность.

Неотъемлемой частью культуры современного человека является наука. Она включает в себя как специфическую деятельность, выраженную в получении нового знания, так и результат этой деятельности – сумму полученных научных знаний, которые образуют в совокупности научную картину мира. Знания, полученные в результате научной деятельности, закрепляют в языке науки. Ядром языка любой науки и частью научной картины мира является термин [1, с. 3–11].

«Термин – это слово или словосочетание, которое обозначает то или иное понятие из какой-либо специальной области научного знания или практической деятельности» [2, с. 224]. Термины, объединенные в рамках определенной научной области, образуют терминологическую систему, или терминосистему.

Одной из задач современной лингвистики является исследование терминосистем. С развитием новых областей науки и открытием новых явлений появляется потребность в обозначении ранее неизвестных реалий и, следовательно, потребность создания новых терминов. Для этого используют общезыковые способы словообразования. Главное требование, предъявляемое к термину, – это однозначность. Но термин, как и любая другая языковая единица, попадает под действие общезыковых законов и может изменять свое значение со временем или приобретать новые значения. Часто для формирования термина обращаются к существующему опыту, зафиксированному в языке. Таким образом, происходит метафоризация термина. Явление метафоризации языка науки обусловлено необходимостью представления и понимания нового научного знания и адаптации его к целостной системе мировосприятия.

Чтобы дать определение явлению метафорической мотивированности, для начала нужно установить, что же такое мотивированность. Согласно О. И. Блиновой, под мотивированностью слова понимается «структурно-семантическое свойство слова, позволяющее осознать рациональность связи значения и звуковой оболочки слова на основе его лексической и структурной соотносительности» [3, с. 28–29]. Важным понятием мотивологии является понятие «мотивационная пара», компоненты которой представлены мотивемой (мотивируемое слово) и мотиватором (мотивирующая единица) [4, с. 53]. При метафорической мотивированности значение производного слова основывается на переносном значении мотивирующего слова, которое чаще всего является общепотребительным или литературным, например, слово *blanket* в литературном языке обозначает *одеяло*, но, перейдя в язык науки, оно приобретает новое значение и становится *бланкетом реактора*, т. е. одной из частей термоядерного реактора, в частности оболочкой плазмы.

Изучение метафорической мотивированности терминов атомной энергетики английского языка актуально, поскольку в настоящее время эти термины недостаточно глубоко изучены в данном аспекте. Материалы и результаты исследования представляют интерес как для лингвистов, так и для специалистов в области перевода и лексикографии, а также для людей, заинтересованных в изучении связи языка и мышления. Кроме того, материалы исследования могут быть использованы при подготовке спецкурсов лексикографических дисциплин, а также для углубления знаний носителей о языке с системной точки зрения.

Цель данной статьи состоит в выявлении метафорической мотивированности терминологии атомной энергетики, ее последующем описании и систематизации, заключающейся в определении тематических групп явлений, которым уподоблены эти термины. В процессе работы использовались сравнительно-сопоставительный и описательный методы.

Исследование проводилось на материале английских терминов. Источниками послужили специализированные интернет-словари, такие как *The Australian Nuclear Science and Technology Organisation Glossary* [5], *The U.S. Nuclear Regulatory Commission Glossary* [6], *World Nuclear Association Glossary* [7] и др., а также словари литературного языка, такие как *Merriam-Webster* [8] и *Oxford Dictionaries* [9]. Материал исследования включает 87 метафорически мотивированных терминов атомной энергетики, отобранных методом сплошной выборки из 1864 терминов специализированных словарей.

При анализе использовался следующий подход: если термин представлял собой словосочетание, то исследованию подвергалось только метафорически мотивированное слово. Для примера возьмем конструкцию *biological shield* (*биологическая защита*), в которой слово *biological* не является метафорически

мотивированным, поэтому анализируется только слово *shield* (*щит*), т. е. материал, предназначенный для защиты, подобен средству обороны по функции.

Для начала метафорические термины атомной энергетики были рассмотрены относительно тематических групп, к которым их можно отнести, т. е. термины, представляющие собой устройства, были отнесены к группе «**устройства**», явления к «**явлениям**» и т. д. В результате удалось распределить термины по следующим тематическим группам:

- процессы,
- устройства,
- части устройств,
- термины, связанные с организацией работы,
- вещества,
- явления,
- частицы,
- периоды времени,
- остальное,
- помещения,
- состояния.

Термины, обозначающие процессы, составили наибольшую группу, включающую 21,8 % от метафорических терминов. В эту группу вошли такие термины, как *xenon poisoning* (*отравление ксеноном*) и *physical ageing* (*физический износ*). Количественное преобладание данного типа терминов свидетельствует о том, что «**процессы**» являются наиболее пополняемой группой. Однако следует отметить, что за процессами следуют «**устройства**» и «**части устройств**», представляющие смежные понятия. Объединенные, эти две группы превышают по количеству все другие, представляя 32,1 % метафорических терминов атомной энергетики. Из этого можно предположить, что чаще всего создаются термины, обозначающие новые изобретения и их составляющие, оказывая наибольшее влияние на языковую картину. В группу «**устройства**» (19,5 %) вошли такие термины, как *pebble bed reactor* (*реактор с шаровой засыпкой*) и *drum separator* (*барабан-сепаратор*), а в группу «**части устройств**» (12,6 %) – и такие, как *anchor head* (*головка анкера*).

Далее термины распределяются следующим образом: «**термины, связанные с организацией работы**» (10,3 %), «**вещества**» (6,8 %), «**явления**» (6,8 %), «**частицы**» (4,5 %), «**периоды времени**» (4,5 %), «**остальное**» (4,5 %), «**помещения**» (3,4 %) и «**состояния**» (3,4 %). В целом, развитие технологий оказывает большое влияние на язык, и, прежде всего, это касается терминологических систем. Инновационные технологии и процессы чаще всего являются стимулом для создания новых терминологических единиц, и, следовательно, группы, связанные с этими понятиями, наполняются терминами наиболее активно. Такие группы, как, например, «**явления**» и «**частицы**», напротив, редко пополняются в силу того, что реалии, представленные в них, относительно стабильны и редко дополняются новыми открытиями.

Вторая часть исследования заключалась в выявлении тематических групп на основании уподобления, например: *reactor vessel head* (*крышка корпуса реактора*), *head* (*голова*), следовательно, крышка корпуса реактора уподоблена голове по расположению, голова – это часть организма человека или животного, значит, в данной классификации термин относится к группе «**части живых организмов**». В результате анализа удалось выявить, что внеязыковые явления, которым уподоблены термины, можно распределить на семь групп. Для удобства эти группы были озаглавлены в соответствии с общим признаком, объединяющим слова:

- предметы быта,
- явления природы,
- деятельность,
- состояния и качества,
- части живых организмов,
- элементы структуры общества,
- животные.

Подсчет терминов в каждой группе позволил установить, что в английском языке термины атомной энергетики чаще всего мотивируются на основании ассоциативной связи с бытом человека. Таких терминов 29,88 % от общего числа проанализированных лексических единиц, и в данном исследовании они составляют группу «**предметы быта**». Для примера рассмотрим термин *containment envelope* (*защитная оболочка реактора*), в котором метафорически мотивированным является слово *envelope* (*конверт*). Защитная оболочка подобна конверту по функции, т. к. и то, и другое является своего рода вместилищем. Или, например, *yellow cake* (*урановый концентрат*, дословно «*желтый кекс*»). Источником для названия послужили цвет и текстура концентрата, но если «*желтый*» не является метафорой, т. к. он действительно желтый, то вторая часть «*кекс*» употреблена не в прямом смысле, а была выбрана благодаря сходству по текстуре и внешним признакам данного продукта с кондитерским изделием.

Группа «**предметы быта**» является наиболее обширной, и это указывает на то, что при создании терминов человек, в первую очередь, ориентируется на осязаемый, окружающий мир, в частности на

искусственно созданные человеком продукты. Можно сделать вывод, что в процессе терминотворчества наибольшее влияние на специалистов оказал их прошлый опыт, связанный с повседневной деятельностью. Это интересно вследствие того, что группа «**предметы быта**» многочисленнее идущей следом группы «**явления природы**», т. е. относительно новые артефакты, созданные самим человеком, оказали большее влияние, чем окружение, с которым человечество имело дело с начала своего существования.

На втором месте находится группа «**явления природы**», термины которой составляют 26,43 % от общего количества. В качестве примера можно рассмотреть словосочетание *pebble bed reactor* (*реактор с шаровой засыпкой*), где ключевым является слово *pebble* (галька, гравий). Согласно определению, этот тип ядерного реактора работает не на гравии, а на шаровой засыпке, в составе которой подается топливо. Эта шаровая засыпка напоминает своей формой камни, что и послужило источником для названия.

В группе «**явления природы**» существенно *life* (*жизнь*) выделилось особой продуктивностью, т. к. в ней четыре термина мотивированы этим словом: *design life* (*проектный срок службы*), *operating life* (*срок службы*), *qualified life* (*расчетный срок службы*), *service life* (*период эксплуатации*) – и одно однокоренным прилагательным *long lived waste* (*долгоживущие радиоактивные отходы*). Такая распространенность слова *life* может свидетельствовать том, что важность этого первостепенного фактора существования человека находит отражение в английском языке. В приведенных примерах технические устройства как бы наделяются основным свойством живых организмов. В этой связи любопытно отметить, что такое неотделимое от понятия «жизнь» явление, как «старение» (*ageing*), идет наравне по количеству образованных с помощью него терминов: *ageing* (*износ*), *non-physical ageing* (*устаревание технологии*), *physical ageing* (*физический износ*), *ageing degradation* (*деградация вследствие старения*), *ageing management* (*контроль старения материалов*).

Следующая группа «**деятельность**» содержит в себе 14,94 % от изученных терминов. Проанализировав термин *entomb* (*захоронение*), в содержании которого радиоактивные материалы в некотором смысле уподобляются человеку, мы вновь пришли к заключению, что слова, которые когда-то употреблялись только по отношению к живому организму, переходят в язык науки и там взаимодействуют с неодушевленными явлениями.

Другим примером уподобления на основании сходства с деятельностью является термин *safety injection* (*аварийная подпитка*). Этот пример интересен тем, что слово *injection* (*инъекция*) заимствовано из медицинской терминосистемы. В данном случае введение растворимого поглотителя нейтронов по образу действия подобно впрыскиванию лекарства.

Еще одна категория английских метафорически мотивированных терминов – это «**состояния и качества**». Количество терминов, относящееся к этой группе, равно количеству в группе «**деятельность**»: в нее входят также 14,94 % от проанализированного материала. В словосочетании *excited state* (*возбужденное состояние атома*) атом наделяется способностью человека испытывать состояние возбуждения, энтузиазма и воодушевления, тогда как сам лишь обладает избыточной по сравнению с основным состоянием энергией.

Также в данной группе интересно слово *hot* (*горячий*), т. к. оно является компонентом пяти терминов: *hot* (*высокоактивный*), *hot laboratory* (*лаборатория высокоактивных веществ*), *hot cell* (*горячая камера, или камера для работы с высокоактивными веществами*), *hot spot* (*участок с наиболее высоким уровнем радиации*) и *hot workshop* (*ремонтный цех для радиоактивного оборудования*). Наблюдения показали, что слово, которое в литературном языке обозначает высокую температуру предметов или окружающей среды, перейдя в язык науки, стало подразумевать высокую степень радиоактивности, т. к. в обоих случаях речь идет о высокой концентрации чего-либо (тепла или радиоактивных веществ), способной доставлять определенные неудобства.

Далее рассмотрим группу «**части живых организмов**», в которую входит 6,89 % терминов. Большинство из них мотивировано словом *head* (*голова*): *exposure head* (*устройство, которое обнаруживает радиоактивные вещества*), *anchor head* (*головка анкера*), *reactor vessel head* (*крышка корпуса реактора*), *head-end* (*предварительная переработка отработавшего ядерного топлива*). Голова, в определенном смысле, является главной частью организма, и большинство терминов мотивировано на основании ее важной функции или месторасположения (наверху). Данные примеры вновь демонстрируют, что при создании терминов человек чаще всего обращается к тому, что является наиболее важным для него, и термины, мотивированные подобными славами, наиболее распространены.

Также есть группа терминов, уподобленных **элементам структуры общества** и, в частности, семье и связанными с ней понятиями. Эта группа включает 4,59 % лексических единиц, среди которых словосочетание *radioactive family* (*радиоактивный ряд/семейство*), который будет проанализирован для примера. Этот термин мотивирован тем, что данное понятие подразумевает последовательное создание одним элементом другого в результате распада, что, в свою очередь, схоже с процессом порождения новых поколений в семье. Также понятие *radioactive family* включает термины *nuclear parent* (*родительский нуклид*) и *daughter nuclide* (*дочерний нуклид*), которые являются элементами вышеупомянутого ряда и, в значительной степени, усиливают большую метафору семейных взаимоотношений. Таким образом, здесь можно наблюдать параллель, проведенную между человеком и нуклидами, и снова зафиксировать случай одушевления неживых явлений в рамках данной терминосистемы.

Последняя группа, наименьшая по своему объему, «**животные**», содержит 2,29 % изученных терминов, таких как, например *rig* (*контейнер для хранения радиоактивных материалов, досл. «свинья»*), где

уподобление, скорее всего, произошло на основании сходства формы. Следовательно, животные в наименьшей мере влияют на создание терминов атомной энергетики в английском языке.

Итак, в ходе исследования было изучено 87 метафорически мотивированных английских терминов атомной энергетики. Было установлено, что чаще всего подвергаются метафоризации «процессы», «устройства» и «части устройств». Именно при создании этих терминов прибегают к языку образов, возможно потому, что они в наибольшей степени располагают к построению ассоциативных связей, но, что более вероятно, из-за того, что эти группы являются наиболее пополняемыми, т. к. разработки и открытия новых технологий и процессов в большинстве случаев направлены на данные явления.

Распространены случаи уподобления неживого человеку, что является подтверждением направленности человеческого мышления на себя. В подобных случаях человек оценивает явления окружающего мира через призму своего личного опыта, взаимоотношений и чувств и пытается подстроить новые реалии в привычные себе рамки.

Анализ метафорических терминов по группам на основании уподобления показал, что термины, входящие в группы «предметы быта», «действия», «состояния и качества», «элементы структуры общества» и «части организма», мотивированы словами, относящимися к живым существам и, в частности, к человеку. Вместе они составляют 72,4 % от общего количества исследованных единиц языка. Самая обширная группа слов, которыми мотивированы термины, представляет собой предметы быта. Тем не менее, на втором месте находится группа, мотивированная словами, обозначающими природные явления.

Таким образом, можно предположить, что терминотворчество английского языка подвержено влиянию окружающего мира. Даже в такой сфере, как атомная энергетика, присутствует некоторая ассоциативная образность. Непосредственное влияние оказывают предметы, созданные человеком, такие, как объекты домашнего хозяйства и прочие артефакты, с которыми приходится или приходилось иметь дело в повседневной жизни. Что касается неодушевленных явлений, то они подвергаются в языке некоему олицетворению и наделяются качествами, свойственными живым организмам. Хотя группа «явления природы», существующая вне зависимости от человека, находится на втором месте по объему лексических единиц, в научном языке она зафиксирована благодаря тому, что именно человек наблюдал эти явления, и они повлияли на создание научных языковых единиц. Всё это подтверждает влияние «человеческого фактора» на язык.

Данное исследование в полной мере демонстрирует взаимосвязь человеческого мышления и языковой картины мира. Примеры метафорической мотивированности терминов атомной энергетики, представленные в данной статье, ярко свидетельствуют об антропоцентричности человеческого мышления и языковой картины мира, о тесной взаимосвязи между языковой и научной картинами мира. Становится очевидным, что такое языковое явление, как термин, является не просто строгой, однозначной, научной единицей, но и словом, которое может обладать определенной образностью.

Список использованных источников

1. Корнилов О. А. Языковые картины мира как производные национальных менталитетов. 2-е изд., испр. и доп. – М.: ЧеРо, 2003. – 349 с.
2. Тюленев С. В. Теория перевода: учебное пособие. – М., 2004. – 336 с.
3. Блинова О. И. Проблемы диалектной лексикологии: автореф. дис. ... д-ра филол. наук. – Томск, 1974.
4. Блинова О. И. Мотивология и ее аспекты. – Томск, 2007. – 394 с.
5. The Australian Nuclear Science and Technology Organisation Glossary // ANSTO. URL: <http://www.ansto.gov.au/NuclearFacts/GlossaryOfNuclearTerms/> (дата обращения: 06.03.2015).
6. The U.S. Nuclear Regulatory Commission Glossary // NRC. URL: <http://www.nrc.gov/reading-rm/basic-ref/glossary.html> (date accessed: 06.03.2015).
7. World Nuclear Association Glossary // World Nuclear Association. URL: <http://www.world-nuclear.org/Nuclear-Basics/Glossary/> (date accessed: 06.03.2015).
8. Merriam-Webster [Site]. URL: <http://www.merriam-webster.com> (date accessed: 06.03.2015).
9. Oxford Dictionaries [Site]. URL: www.oxforddictionaries.com (date accessed: 06.03.2015).

Долгих К. Ю., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет
E-mail: kseniya3000@gmail.com

Исаева Е. В., канд. филол. наук, доцент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет
E-mail: naiden@tpu.ru

Dolgikh K. Y., Isaeva E. V.

METAPHORICALLY MOTIVATED TERMS OF ATOMIC ENERGY INDUSTRY (BASED ON ENGLISH TERMS)

The article analyses metaphorically motivated English terms of atomic energy industry. The research is relevant due to the lack of the studies of atomic energy terms from such an angle and by the demand of this information in the sphere of linguistics.

tics, translation and for compiling dictionaries. The article is aimed at revealing metaphorically motivated terms of atomic energy industry. The atomic energy terminology was systematized with the help of comparative and descriptive methods. As a result, the influence of human factor and the capability of terms to possess figurativeness were proved.

Keywords: *term, metaphorization, atomic energy industry, anthropocentrism, English terms, motivation.*

Dolgikh K. Y., student
National Research Tomsk Polytechnic University
E-mail: kseniya3000@gmail.com

Isaeva E. V., PhD in Philology, Associate Professor
National Research Tomsk Polytechnic University
E-mail: naiden@tpu.ru

Назарова О. С.

ДИСКУРСИВНО ОБУСЛОВЛЕННЫЕ ЖАНРОВЫЕ ТРАНСФОРМАЦИИ НОВОСТНОГО ИНТЕРНЕТ-КОММЕНТАРИЯ

Актуальность данного исследования определяется его участием в решении проблем трансформаций речевых жанров, обусловленных коммуникативной сферой их функционирования, а также практических задач представления новостного информационного контента в различных зонах интернет-пространства в соответствии с особенностями целевой аудитории. Цель данной работы – выявить специфику реализации новостного интернет-комментария в различной электронной среде: на новостных порталах, в социальных сетях и блогах. В основе работы лежит методология дискурс-анализа. Результаты исследования представляют зависимость комментирующего текста от характера проявления институциональных и личностно-ориентирующих интенций дискурсов, в рамках которых реализуется данный речевой жанр.

Ключевые слова: *интернет-дискурс, жанр комментария, институциональный и личностно-ориентированный дискурсы.*

В данной работе идея адаптации речевого жанра к условиям дискурса (понимаемого как «коммуникативное событие, происходящее между говорящим, слушающим (наблюдателем и др.) в процессе коммуникативного действия в определенном временном, пространственном и проч. контексте» [1]), крайне актуальная в современной лингвистике, реализуется на примере исследования жанра интернет-комментария, представленного в различных сферах интернет-коммуникации.

Жанр интернет-комментария (далее – «комментарий») в современной лингвистике рассмотрен крайне фрагментарно. Среди исследований, ему посвященных, назовем работы Т. И. Стексовой [2], М. В. Бец [3], С. М. Карпояна [4] и др. Их авторы рассматривают интернет-комментарий как один из видов комментирующих высказываний, представляющих собой реакцию на вербальный текст-стимул и отличающихся ведущим характером оценочных интенций [2]. Соответственно, новостной интернет-комментарий является результатом оценочной реакции читателя на новостной текст.

Мы исследуем комментарий в аспекте влияния коммуникативной сферы его порождения. При анализе мы обращаемся к комментариям, реализованным в разных электронных дискурсах: (1) на официальном новостном портале «РИА новости» (<http://ria.ru>) – 44 комментария, (2) в группе «РИА новости» социальной сети «ВКонтакте» (<http://vk.com/ria>) – 100 комментариев, в блоге «Живого журнала» (<http://www.livejournal.com>) – 353 комментария.

Основанием для сопоставления комментариев, реализованных на разных коммуникативных площадках, являлась общность тематики обсуждения и максимальная близость диктумного содержания в тексте-стимуле. Для анализа в качестве исходного общего стимула для комментирования мы обратились к единой социально значимой теме «Убийство Бориса Немцова». На официальном новостном портале мы рассматривали комментарии к новостному посту (тексту-стимулу), сообщающему об этом факте («*Убийство Бориса Немцова: пятеро арестованы, один из них признал вину*»). В соцсети нами были исследованы комментарии к этому же тексту, аннотированному в рамках новостной группы того же официального портала (с соответствующей ссылкой). В качестве блогговых комментариев для анализа были привлечены комментарии к тексту «*6 новых фактов в деле об убийстве Немцова*».

Комментарий мы рассматриваем как дискурсивно обусловленный жанровый текст. Комментатор как субъект дискурса реализует собственную интенцию, определенным образом преломляя интенцию дискурсивную. Сам рассматриваемый жанр интернет-комментария по своей природе является неофициальным (личностно-ориентированным).

Реализуясь в дискурсах различного типа, жанр комментария приобретает специфику, заданную характером этого дискурса. Это определяется интенциональной спецификой дискурса, в рамках которого реализуются комментарии, – с одной стороны, – и субъектной интенцией комментатора (заставляющей его заходить на этот сайт и оставлять комментарии), которая также задана дискурсивной интенцией, – с другой. Таким образом, актуальные для нас сферы интернет-коммуникации мы делим на институционально

заданные (официальный новостной портал) и личностно-ориентированные (новостная группа в социальной сети и блог).

Рассматриваемые дискурсы характеризуются разным уровнем формальности общения, что определяется следующими их различиями.

1. *Дискурсивная интенция.* Главной интенцией дискурса **новостного портала** является предоставление официальной информации о событии. **Новостная группа**, как особый «под-дискурс» дискурса социальной сети (в целом направленной на «общение ради общения»), наоборот, активно ориентируется на обсуждение (комментирование), а информирование о событии замещается информированием о наличии новости через ссылку на официальный портал. **Личный (персональный) блог** (далее – «блог») направлен на распространение оценочно интерпретированной блогером информации (регулярно обновляющиеся блог-посты). Блог как технически организованная интернет-площадка предоставляет блогеру возможность выделить значимую для него информацию и обсудить ее со своими читателями.

2. *Основной объект комментирования (текст-стимул).* На **новостном портале** это текст новости. Для более чем половины (54,5 %) комментариев к рассматриваемой новости стимулом оказался первичный текст-источник. Остальная часть комментариев (45,5 %) была обращена к другим комментариям пользователей, при этом незначительное количество из них (5 %) не были связаны с обсуждаемой темой. В **новостной группе** же комментатор активно реагирует как на саму новость, так и на другие комментарии к данному тексту, т. е. наряду с комментированием текста новости формируется его активное обсуждение. Обращения к другим участникам новостной группы соцсети составляют до 55 %. Из них 14,5 % представляют собой реакцию, не связанную с темой обсуждения. Для комментаторов **блога** стремление обсудить новость с другими блогерами является более выраженным. Количество реакций на высказывания других участников больше по сравнению с новостным порталом и группой в соцсети (около 60 %). Однако блогеры настроены на более серьезное обсуждение между собой, всего 4,4 % комментариев (не на исходный текст) совершенно не относятся к обсуждаемой теме.

Интернет-среда	<i>Ria.ru</i>	<i>Vk.com</i>	<i>livejournal.com</i>
Количество комментариев, реагирующих не на исходный текст	45,5 %	55 %	58,9 %
Количество вторичных комментариев, не связанных с темой обсуждения*	5 %	14,5 %	4,4 %
Общее количество комментариев	44	100	353

* от общего количества комментариев, реагирующих не на исходный текст

Описанный характер организации комментариев определяется дискурсивно обусловленной спецификой восприятия автора текста-стимула его комментаторами. В качестве автора текстов новостей **на официальном портале** и **в группе соцсети** воспринимается государственное информационно-аналитическое агентство «РИА Новости». Однако в **новостной группе** статус автора воспринимается более опосредованно (внешняя институциональная инстанция): его социальная отделенность от комментатора закрепляется технически (для обращения к тексту-стимулу комментатор должен пройти по ссылке). Автором текста **блога** является конкретный блогер как интернет-пользователь (*Anton Nossik, Maks*), и содержание текста-стимула воспринимается как его личное мнение, которое чаще всего важно узнать другим пользователям (постоянным подписчикам).

3. *Субъектная интенция пользователя.*

Пользователь заходит на **новостной портал** с целью получения информации о событии. Субъектная интенция комментирования в данной коммуникативной сфере выражена слабо, ведущая – получение информации. Об этом говорит соотношение количества просмотров с количеством комментариев к каждой новости (данное соотношение для наиболее комментируемых новостей: 6724/21, 12167/12, 688/3, 7408/7, 6924/4, 66382/43, 11833/14, 36553/11, 27337/26, 82422/15).

Дискурс **новостной группы в социальной сети** устроен так, что пользователь, помимо установки на получение информации, с легкостью может реализовать другие интенции, которые естественным образом у него появляются, когда он находится в данной среде: раскованно пообщаться с другими пользователями, высказать личное мнение, реализовать интенции самопрезентации и пр. Безусловно, данные интенции возможно реализовать и на официальном портале, но в новостной группе соцсети они проявляются гораздо активнее.

Читатель **блога** вступает в коммуникацию не только с целью получения информации и ее последующего обсуждения, но и для того, чтобы узнать мнение по данной теме конкретного автора блога (учитывая, что блоги, в основном, посещают постоянные подписчики, по своему характеру интенция комментирования в блоге приобретает свойство взаимодействия с конкретной, известной личностью/личностями – автором регулярно действующего журнала, получившего определенную известность и тематическую ориентированность в блогосфере). В то же время дискурс блога воспринимается

пользователем как некая социальная коммуникативная площадка, сходная с социальной сетью. Отличие же заключается в том, что аудитория соцсети обладает меньшей стабильностью (в блоге – в основном, постоянные читатели), большей множественностью, меньшим количеством предварительных знаний комментатора о равных ему партнерах по коммуникации.

4. *Особенности интерфейса и организации контентного содержания.* На **новостном портале** пользователь технически ограничен в способах представления комментария. Контентное содержание четко структурировано и носит выраженный институциональный характер (разделение новостей на тематические блоки, наличие политики сайта, правил комментирования и т. д.). В **новостной группе** есть возможность использования мультимедийных вставок (смайликов, картинок, gif изображений, аудиофайлов и пр.), через которые официальный контент «подстраивается» под личностно-ориентированный дискурс социальной сети. Дискурс **блога** пользователь (блогер) формирует и изменяет самостоятельно, тексты (блог-посты) не разделены тематикой. Здесь пользователь имеет также достаточно ограниченные способы комментирования (текст, смайлики, видеофайлы).

Мы полагаем, что дискурсивные интенции каждой среды по-особому влияют на характер комментариев, в результате чего формируются различные варианты реализации рассматриваемого жанра. Комментарий, как жанр по своей природе личностно-ориентированный, получает оттенки институциональности на официальном новостном портале и, наоборот, приобретает раскованную форму, реализуясь в соцсети. Это проявляется в разном уровне формальности текста комментария. Уровень формальности комментария зависит от восприятия пользователем интернет-площадки, на которой он находится.

Сравним комментарии, реализованные на новостном портале, в новостной группе и в блоге, в обозначенном аспекте.

1. Уровень формальности официального новостного портала предполагает более частотное использование в комментариях официальных выражений, не характерных для жанра личностно-ориентированного дискурса: *Давайте не будем торопить события. На сегодня есть **подозреваемые**, они задержаны, но это еще не означает, что они **Сопричастны к убийству** Бориса Немцова. Думаю, что следствие разберется во всем, и если эти люди виновны, то они **ответят за свое преступление согласно Закону РФ** // Им вменяют **105 часть 2 пункт «ж» и «з» УК РФ** (убийство с корыстных побуждений или по найму) // Поглядим, что будет, а пока трудно сказать потому что эти люди явно если и были то **исполнителями**, да и то слабыми, ведь тут вроде как должны действовать профи (во всех примерах орфография и пунктуация авторов сохранены – О. Н.).*

В соцсети, наоборот, несмотря на формальность темы текста-стимула, активность проявляют просторечные, нецензурные, с отрицательной коннотацией выражения: *Их наверняка по включенным **мобилям вычислили**. Что за **дебилы**?! Неужели их в **ауле** не предупредили? Одним словом **тупые**. // Хоть мне Немцова и не жаль, но **хачей** резать надо. // Максим, **долбанулся** что ли?* Кроме того, фиксируется множество «бытовых» комментариев, содержательно не связанных с темой обсуждения: *Всех дам с **8м марта**! Победа будет за Нами!!! // Катенька, с **праздником** вас!*

В блоге комментарии по характеру соотношения официальных и неофициальных выражений занимают промежуточное положение. Это объясняется тем, что, с одной стороны, блог воспринимается как неофициальная площадка для общения, а с другой – исходная тема общения (новостное политическое событие) оказывает большее влияние на уровень формальности общения, чем в соцсети, где среди комментаторов больше «случайных» читателей. Комментатор блога более последователен в обсуждении события в аспекте его социальной значимости, он присваивает себе роль эксперта, что требует определенного уровня формальности текста: *Всякие блогерские ЖЖ «анализы» **высосаны из пальца** людьми, которые берут 0,01 % **процента данных из официальной прессы**, остальное **лепят** на свой вкус, независимо от того, кто по какой стороне условных баррикад находится. Понятное дело, что никакая **презумпция невиновности** в большинстве постов на эту тему и не ночевала. И это один из самых забавных моментов в этой истории. //... В **материалах следствия** была инфа, что убийцам долго не удалось выследить Немцова, т. к. у них не хватало опыта и технических средств, чтобы понять его расписание и т. п. То есть если бы хватало, **ФСБ** могло бы заметить, что «хм, странно, за этим мужиком неделю уже следят какие-то подозрительные **типчики**», а тут они тупо сделали это «одним днем», т. к. узнали про его эфир на Эхе... Вообще, у меня есть сильные подозрения, что про подавляющую часть **деятельности ФСБ и прочих структур** нам тупо не рассказывают. А про «**шугания оппов**» мы узнаем только потому, что те сами начинают орать направо и налево, что их вот несправедливо притеснили...*

2. В комментариях на новостном портале прослеживается осознание комментаторами статусной роли адресанта сообщения (государственного агентства) через частотное обращение к власти, ее обсуждение и противопоставление себя ей: *...Всей правды нам не скажут... // ...**Ребят**, я думал **Вы** следствием занимаетесь! А **Вы** тут на ветках «третесь»!... // Ой **ребятки**, какая паника, какое брожение в головах! А украинского-американского шпиона так и не поймали.*

В комментариях новостной группы наблюдается сглаживание статусных ролей, однако у комментаторов присутствует «чувство» среды, проявляющееся в употреблении специфичных для данной площадки конструкций: *Админ пост о красоте женской!... // ...**Похоже, меня забанят**).*

Комментаторы блога очень хорошо чувствуют «свою» среду, понимают, от кого исходит текст (автор журнала знаком) и активно вербализуют признаки своего пребывания в этом коммуникативном пространстве – неофициальном, но тематически ориентированном – через обращения к автору журнала, оценку его личностной позиции, характеристики блогосферы в целом и под.: *Почитал предыдущие посты, объяснения «почему» нет и там. // Всякие блогерские ЖЖ «анализы» высосаны из пальца людьми, которые берут 0,01 % процента данных из официальной прессы, остальное лепят на свой вкус... // Интеллектуальное самолюбование, при том, что автор также как и его читатели определенно ничего не может знать про объективную картину этого преступления... // Антон, браво! Написано изящно, спокойно и со вкусом...*

Последовательная ориентированность комментаторов блога на обсуждение институционально значимой темы в личностном аспекте формирует большое количество форм самоперсонификации комментатора: *Как по мне, то Кадыров не опричник, а пахан в зоне. Есть главный бугор, а есть в зоне его правая рука. // ...Мое мнение, что, смысла убирать карманного оппозиционера у кремля не было, тем паче, не было его у запада... // Я полагаю, если вина будет доказана сроки осуждения должны быть минимальны...*

3. Употребление вводных, причинно-следственных конструкций в тексте комментария более характерно для комментариев официального портала: *...Мне кажется, что следственные органы, смогут доказать... // ...а пока трудно сказать потому что эти люди явно если и были то исполнителями... // Евгений Имамов, По вашему мнению, следствие должно сразу, до суда, всю информацию в прессу слить...*

Комментарии новостной группы, в большинстве, отличаются простотой синтаксиса: *Не верю!!! // Это не убийцы, это нормальные мужики! Респект им! // Эти чеченцы просто исполнители заказа, а настоящего заказчика никогда не найдут. Я так считаю.*

Конструкции высказываний в комментариях блога в целом характеризуются большей сложностью, чем в соцсети, менее стремятся к имитации раскованной разговорной речи в силу установки комментаторов на «серьезность» обсуждения: *Я полагаю, если вина будет доказана сроки осуждения должны быть минимальны. В данном случае можно говорить об оскорблении религиозных чувств. // Интересная информация. Хотя строить прямые аналогии с дореволюционными террористами я бы не стал. Просто терроризм он очень разнообразен и не имеет законов. А в случае с Немцовым я думаю, что это заказ по линии Путин – Кадыров – Друг Кадырова – Бандиты – Дебилы исполнители. Если бы убийство было бы слишком четкое, то это сразу бы бросило тень на спецслужбы... Я даже подозреваю, что акция Антимайдан была проведена именно для этого...*

4. Комментарий новостной группы чаще обращен к конкретным личностям (*Виктория, Смухлевать можно всё // Наталья, это кто Вам сказал, Путин или Кадыров?*), что нельзя сказать о комментариях на новостном портале – обращение к широкой «безликой» публике: *Друзья в каждом из нас течет красная кровь... // Давайте соберемся и замочим США... // Давайте не будем торопить события. // Вы посмотрите на них, как лица свои подозреваемые прячут!...* Для комментаторов блога характерно частотное обращение к автору текста-стимула, с которым аудитория так или иначе знакома в рамках соответствующего интернет-пространства (автор рассматриваемого нами блог-поста Антон Носик): *Можно предложить разные версии... Вопрос к Носику: – Почему их нельзя предлагать? То, что следствие ведут разные ведомства, для Путина не алиби, а способ отвести подозрение. // ...Чем больше такие как вы, Антон, придаете гласности данному делу, тем больше мне кажется, что убили кого-то очень важного для Родины. А это не так... // Носик как обычно, грант отрабатывает... // Больше всего, Антон Борисович, это похоже на пустое забалтывание темы. Также можно отметить, что обращение комментаторов к другим участникам дискуссии не находит отражения в тексте, как например, в содержании комментариев новостной группы. Это обуславливается особенностями интерфейса блога – при нажатии кнопки «ответить» на другой комментарий, собственный комментарий лишь смещается вправо, но текстового обращения (Наталья, ... // Максим...) не появляется.*

5. «Вынужденная» эмоциональная сдержанность речи характерна для текстов новостного портала. Но интенция самопрезентации в них не исключается. При отсутствии большого разнообразия технических средств, выражение эмоционального компонента компенсируется использованием заглавных букв, повтором знаков препинания: *а разве США нет в Украине???? даже президент США сказал, что ...не звезднополосатый??? // ...Слишком ГРОМКОЕ... // ...поможем НОВОРОССИИ всегда, у нас есть РОДИНА !!!!*

Комментарий новостной группы чаще содержит мультимедийные вставки (изображения, аудиозаписи и пр.). Блогеры привыкли обращаться на себя внимание спецификой собственного мнения, поэтому для них важнее содержательная креативность, а не оформление высказывания. Ценность последнего регулярно вербализуется: *Антон, браво! Написано изящно, спокойно и со вкусом. И, что главное, в целом беспристрастно (это редкость по заявленной теме). Отдельное спасибо за ссылку на Леонида Каганова, он написал действительно просто отличный пост, и мультик в конце – не в бровь, а в глаз. У вас с ним, смотрю, взаимные реверансы)) // Немцова Борьку в суд ведут – нашлась управа на поганца! Пусть срок назначит ему суд, чтоб матом впредь не обзывался!*

Таким образом, комментарий – речевой жанр, регулируемый, в первую очередь, личностно-ориентированной интенциональностью. При этом жанровый текст приобретает определенную специфику в

соответствии с коммуникативной сферой его реализации, способствующей повышению/понижению уровня его формальности.

На официальном новостном портале личностно-ориентированный комментарий приобретает признаки институциональности, заданные восприятием портала как публичной официальной площадки.

Комментарии в дискурсе новостной группы социальной сети обладают выраженной спецификой – социальная сеть, влияя на комментарии, активизирует их личностно-ориентированную целеустановку, проявленную более последовательно, чем на официальном портале. В результате уровень формальности текста комментария такого типа – наиболее низкий из всех рассмотренных.

Блоговый комментарий занимает по уровню формальности промежуточное положение, определяемое неофициальностью коммуникативной сферы – с одной стороны – и интенциональной ориентированностью комментаторов на «серьезное» обсуждение – с другой.

Список использованных источников

1. Дейк Т. А. ван. К определению дискурса // TeunVanDijk. Ideology: A Multidisciplinary Approach. – London: Sage, 1998. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.nsu.ru/psych/internet/bits/vandijk2.html> (дата обращения: 08.04.2015).
2. Стеклова Т. И. Комментарий как речевой жанр и его вариативность // Международный журнал «Жанры речи». – 2014. – № 1–2 (9–10). – С. 81–89.
3. Бец М. В. Аксиологическая соотнесенность текста информационно-аналитической статьи и комментария в виртуальном пространстве Рунета: автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Кемерово, 2013. – 21 с.
4. Карпоян С. М. Эпистемическая модальность в Интернет-комментарии: автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Ростов-н/Д., 2014. – 25 с.

Научный руководитель И. В. Тубалова, канд. филол. наук, доцент ТГУ

Назарова О. С., студент

Национальный исследовательский Томский государственный университет

E-mail: nazarova.lelik@mail.ru

Nazarova O. S.

DISCOURSE-CAUSED GENRE TRANSFORMATIONS OF INTERNET-NEWS COMMENTS

The participation in solving the problems of speech genres' transformations caused its functional communication sphere and the practical problems of news informational content's representation in different Internet - spheres according to its target audience defines the topicality of the report. The goal of the study is to identify the functional features of a news Internet comment appearing in the different Internet – conditions: news portal, social network, blog. The basic method used in the research is discourse analysis. In the article, we show the dependence of the text commented by users on the representation character of institutional and personal-oriented discourse intentions within the frame of which the genre functions.

Keywords: *Internet-discourse, comment genre, institutional and ordinary discourses.*

Nazarova O. S., student

National Research Tomsk State University

E-mail: nazarova.lelik@mail.ru

Нгуен Тхи Лан

ЖАНРОВО-СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ НАУЧНЫХ СТАТЕЙ ПО ЭЛЕКТРОТЕХНИКЕ (НА МАТЕРИАЛЕ РУССКОГО ЯЗЫКА)

Актуальность исследования обусловлена активным интересом современной лингвистики к научно-техническим текстам, в частности к жанру научно-технической статьи. В работе предпринята попытка выявить жанрово-стилистические особенности русскоязычных научно-технических статей по электротехнике с целью дальнейшего сопоставления с англоязычными научно-техническими статьями в данной области. С использованием методики анализа, предложенной Т. В. Шмелевой, описана модель речевого жанра «научно-техническая статья» на примере текстов по электротехнике.

Ключевые слова: *научный стиль, речевой жанр, научно-техническая статья, электротехника, русский язык.*

В современных условиях глобализации всё большую значимость приобретает обмен научными знаниями и последними достижениями в различных отраслях науки. В среднем за день появляются сотни научных выводов, поэтому исследование современных научных текстов является важной задачей не только для научной сферы, но и для жизни общества. Основным способом своевременной передачи новых научных результатов является жанр научной статьи, который всё чаще становится объектом лингвистического анализа (см., например, [1–3] и др.). Исследовательский интерес лингвистов сосредоточен на различных

частных аспектах научно-технических статей: цель и ситуации общения, взаимосвязи компонентов коммуникации, способы речевого воздействия и т.д. Наше исследование направлено на выявление жанрово-стилистических особенностей научных статей по электротехнике. Работа выполнена на материале 25 научных статей по электротехнике на русском языке, опубликованных в научно-технических журналах «Электротехника: сетевой электронный научный журнал»; «Электротехника: научно-практический журнал»; «Новости электротехники: информационно-справочное издание»; «Электротехнические комплексы и системы управления: научный информационно-аналитический журнал»; «Вестник ПНИПУ. Электротехника, информационные технологии, системы управления».

Ключевыми для нашего исследования являются понятия «научный стиль» и «речевой жанр».

Научный стиль – это функциональная разновидность литературного языка, обслуживающая сферу науки. В качестве главных стилевых черт научного стиля выделяют отвлеченно-обобщенность (абстрагизацию), терминологичность, точность, подчеркнутую логичность (логизированный характер речи), объективность и ясность изложения, категоричность [4]. Наиболее ярко стилевые черты научной речи воплощаются в жанре научной статьи – законченном авторском произведении, описывающем результаты оригинального научного исследования.

При выявлении особенностей научно-технических статей по электротехнике в нашем исследовании исходим из понимания речевого жанра как модели (типа) высказывания, формирующейся набором жанрообразующих признаков, и используем методику анализа жанра, разработанную Т. В. Шмелевой [5].

Содержательные компоненты модели речевого жанра «научно-техническая статья»

Цель научного дискурса в целом – процесс вывода нового знания о явлении, предмете, их качествах и свойствах, обусловленный коммуникативными канонами научного общения: доказательством истинности, логичностью изложения, предельной абстрагизацией предмета речи [6]. Коммуникативная цель жанра научно-технической статьи – информативная. В анализируемых статьях авторы сообщают результаты своего научного исследования по тематике, связанной с электротехникой. Автор нередко прямо формулирует свою исследовательскую цель: *Цель данной статьи – разработка архитектуры системы сбора данных для испытаний сложных технических изделий на примере газотурбинных установок (ГТУ); Цель данной статьи заключается не в пересказе содержания стандартов, имеющих очень большой объем ссылочной и несистематизированной информации, а в том, чтобы показать взаимосвязь между важными разделами данных документов и иногда теряющуюся из-за этой раздробленности логику и последовательность решения инженерной задачи по защите оборудования от импульсных перенапряжений*. Практической целью публикации научно-технических статей является содействие ускоренной коммерциализации результатов научно-технической деятельности; поддержка перспективных субъектов инновационного бизнеса на всех стадиях инновационного цикла; активизация инновационной деятельности в России.

Автор текста выступает в роли специалиста в области электротехники, адресатом текста являются также специалисты, которые интересуются новейшими результатами фундаментальных и прикладных исследований в электротехнике, современных электроприводах, информационных технологиях, кабельной технике, системах управления.

Темой анализируемых статей является сфера электротехники. В целом, рассматриваемые собственно-научные статьи исследуют некоторые актуальные проблемы в сфере электротехники и предлагают эффективные решения для улучшения качества в технологии: энергосберегающие технологии, информационные технологии в электротехнической науке, системы управления. Рассматриваются вопросы методов в области электротехники, проводится анализ проблем усовершенствованной системы электроснабжения; обсуждаются меры по безопасности электротехники, а также характеризуются эффективные решения, принятые в последние годы.

Текст научной статьи традиционно делится на три основные части: введение, основная часть и заключение. Средний объем анализируемых текстов 7–8 страниц.

Основное содержание собственно-научных статей в сфере электротехники включает много практической информации, поэтому текст статьи содержит схемы, формулы, диаграммы, таблицы, графики.

Языковые особенности

Лексику научно-технической статьи, как обычно, составляют три основных пласта:

1) общеупотребительные слова (предлоги – *при, по, в, с, из, на* и т.п.; союзы – *так как, который, потому что, поэтому, или* и т.п.; местоимения – *тот, этот* и т.п.; существительные и глаголы: *система, элемент, метод, анализировать, классифицировать*);

2) общенаучные слова (отглагольные имена процессуального значения – *формирование, использование, исследование, соединение, переключение, моделирование, сопротивление* и др.; оценочные прилагательные – *новый, активный, важный* и др., имена отвлеченного качества – *актуальность, сложность, истинность, активность*);

3) термины (*индуктивность, цепи переменного тока, шнеки, барьерный гребень, экструзия* и т.п.).

Нами выделены также тематические группы лексики, используемые в текстах статей для оценки актуальности, для установления логических связей в тексте, для акцентировки внимания, подчеркивания логики текста, выражения своего мнения.

Актуальность, современность исследования подчеркивается с помощью словосочетаний *в настоящее время; в современном мире; сегодня интерес к...; интересно также* и прямо формулируется автором:

...является актуальной задачей; Актуальным и экономически выгодным способом компенсации реактивной мощности является...

Автор обозначает свое мнение с помощью личного местоимения 1-го лица в форме именительного падежа множественного числа в активной конструкции или творительного падежа в пассивной конструкции: *На основе анализа существующих схем РС и опыта эксплуатации сетей, построенных по разным схемам, мы хотим предложить вариант, который считаем наиболее рациональным для рассматриваемой сети; В соответствии с рабочей программой проекта нами создана система регистрации воздействия магнитосферных возмущений на энергосистему Карелии и Кольского полуострова.*

Автор характеризует свою интеллектуальную деятельность с помощью пассивных конструкций в прошедшем времени и безличных и неопределенно-личных предложений: *Для этого исследования была избрана графоаналитическая методика наложения механико-математического сопровождения качения шара на плоскую развертку направляющего профиля, разложенную на характерные участки.*

Тексты научно-технических статей содержат большое количество схем и указание на них по тексту: *Структурная схема ... представлена на рис.; Напряжение на входе АВ формируется в виде прямоугольных импульсов (рис. 6).*

Итак, жанр научно-технической статьи в русскоязычном научном дискурсе обладает рядом специфических черт. Цель коммуникации анализируемого жанра – информативная. Содержанием статьи является представление практического результата исследования. Автор текста выступает в роли специалиста в области электротехники, адресатом текста являются научные работники. Представляется необходимым отметить, что собственно-научные статьи в сфере электротехники являются социально и экономически значимыми. Они играют важную роль в разработке электроэнергетики и электротехники.

Перспективы настоящей работы заключаются в рассмотрении жанра научно-технической статьи по электротехнике англоязычных авторов, а также в выявлении зависимости жанровых особенностей статьи от специфики науки.

В заключение следует отметить, что в настоящее время стремительное развитие общества, культуры, экономики, прогресс науки и техники приводят к необходимости формирования специального языка, который мог бы наилучшим образом передавать научные знания разным адресатам. И важную роль в решении данной задачи играет лингвистический анализ научно-технических статей на разных языках.

Список использованных источников

1. Архипова Е. И. Жанровые особенности англоязычной научно-технической статьи (на материале текстов инженерных наук) // Коммуникативные аспекты языка и культуры: сб. мат-лов XIII Междунар. науч.-практ. конф. студентов и молодых ученых. Ч. 2. – Томск: Изд-во ТПУ, 2013. – С. 165–169.
2. Мордовина Т. В. Композиционно-смысловая структура английской научной статьи в лингводидактическом аспекте // Труды ТГТУ: сб. науч. ст. молодых ученых и студентов. – Тамбов, 2005. – Вып. 18. – С. 42–44.
3. Скрипак И. А. Языковое выражение экспрессивности как способа речевого воздействия в современном научном дискурсе: на материале статей лингвистического профиля на русском и английском языках: дис. ... канд. филол. наук. – Ставрополь, 2008. – 199 с.
4. Кожина М. Н. Научный стиль // Стилистический энциклопедический словарь русского языка / под ред. М.Н. Кожин. – М.: Флинта: Наука, 2006. – С. 264–274.
5. Шмелева Т. В. Речевой жанр. Способности описания и применения в преподавании языка // Russistik. Русистика. Научный журнал актуальных проблем преподавания русского языка. – Berlin. – 1990. – № 2. – С. 20–32.
6. Испирян А. В. Научный дискурс как разновидность институционального общения // Е. Ф. Карский и современное языкознание: мат-лы XII междунар. науч. чтений. – Гродно: ГрГУ, 2011. – С. 427–433.

Научный руководитель О. А. Казакова, канд. филол. наук, доцент ТПУ

Нгуен Тхи Лан, студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

E-mail: nguyenlan1603@gmail.com

Nguyen Thi Lan

GENRE AND STYLISTIC FEATURES OF SCIENTIFIC ARTICLES ON ELECTRICAL ENGINEERING (ON RUSSIAN MATERIAL)

Relevance of research is caused by active interests of modern linguistics in scientific and technical texts, in particular to a genre of scientific and technical article. In work an attempt to reveal genre and stylistic features of Russian-language scientific and technical articles on electrical engineering for the purpose of further comparison to English-language scientific and technical articles in the field. With use of the technique of the analysis offered T. V. Shmelyova the model of a speech genre «scientific and technical article» on the example of texts on electrical equipment is described.

Keywords: scientific style, speech genre, scientific and technical article, electrical engineering, Russian.

Nguyen Thi Lan, student

National Research Tomsk Polytechnic University

E-mail: nguyenlan1603@gmail.com

ЖАНРОВО-СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ НАУЧНО-ПОПУЛЯРНОГО ЖУРНАЛА ПО ГЕОЛОГИИ (НА МАТЕРИАЛЕ РУССКОГО ЯЗЫКА)

В настоящее время в связи с активным развитием научно-популярного языка становится актуальным исследование научно-популярного стиля. Цель работы – выявить жанрово-стилистические особенности научно-популярного журнала как жанра технического дискурса. В качестве методики анализа использована методика, предложенная Т. В. Шмелевой: выявление специфики жанра путем описания его жанрообразующих параметров. Описаны цель, автор, адресат, содержание, оформление и языковые средства научно-популярного журнала по геологии. Особое внимание уделено жанровому составу журнала как гипержанра (макрожанра).

Ключевые слова: научный стиль, научно-популярный стиль, технический дискурс, речевой жанр, гипержанр, научно-популярный журнал.

В настоящее время в связи с активным развитием научно-популярного языка становится **актуальным** исследование научно-популярного стиля (подстиля). Научно-популярный подстиль является одной из центральных разновидностей научного стиля, направленной на популяризацию научного знания для широкой аудитории. Главными чертами, отличающими научно-популярный подстиль от собственно научного, являются диалогичность, повышенная экспрессивность, упрощенность содержания и языка [1].

Исследовательский интерес лингвистов, изучающих научно-популярные тексты, сосредоточен в первую очередь на языковых особенностях научно-популярной литературы, на средствах популяризации знаний, используемых авторами научно-популярных текстов. Так, например, А. Р. Мубориева выделяет в качестве основных средств популяризации специальной экономической информации в научно-популярных статьях по экономике на французском языке заголовки текста, использование элементов устной разговорной речи, применение средств образности, употребление приемов толкования терминов и аббревиатур [2]. Изобразительно-выразительные (образные) средства и способы введения терминов рассматриваются как главные особенности научно-популярной литературы в диссертационном исследовании В. Ф. Крюковой, выполненном на материале лингвистических текстов [3].

Основными жанрами научно-популярного подстиля являются статья, лекция, очерк – уникальные жанры, занимающие специфическое межжанровое и межстилевое положение [4, с. 276]. К данному подстилю относят также разновидность монографии – научно-популярную монографию (см., например, [5]). Крупными жанровыми формами, получающими в настоящее время особое распространение и привлекающими исследовательский интерес, являются научно-популярный журнал и научно-популярный сайт. Материалом для исследования языка научно-популярной литературы чаще всего выступает научно-популярная статья. **Объектом** нашего исследования является научно-популярный журнал как крупная жанровая форма, как гипержанр (гипержанр – «целостный комплекс сложных РЖ, объединенных в рамках коммуникативного события» [6, с. 11]), или макрожанр (макрожанр – «сверхсложное жанровое образование, объединяющее множество неоднородных независимых жанров на основе тематического и целевого единства и имеющее сложную иерархическую структуру» [7, с. 103]).

Цель нашего исследования – выявить жанрово-стилистические особенности научно-популярного журнала как жанра технического дискурса.

Работа выполнена на **материале** шести номеров журнала «Нефтегазовая вертикаль» на русском языке. «Нефтегазовая вертикаль» – журнал «с самым высоким уровнем нефтегазовой аналитики», как отмечают его авторы. На основе проведенных исследований и изучения мнений ведущих специалистов об аргументированных оценках и рекомендациях авторы журнала предлагают решения в развитии нефтегазового комплекса России, в геополитических, экономических, научно-технических и экологических вопросах государственной политики.

В качестве **методики анализа** использована методика, предложенная Т. В. Шмелевой [8]: выявление специфики жанра путем описания его жанрообразующих параметров. Остановимся на таких параметрах, как коммуникативная цель жанра, автор, адресат, языковые особенности. Представляется, что особое внимание при анализе журнала как гипержанра (макрожанра) необходимо уделить его жанровому составу, т. к. «каждый РЖ выполняет свою функцию в реализации общей цели гипержанра, при этом важную роль играет закреплённая последовательность жанров» [9, с. 13].

В данном научно-популярном журнале можно выделить 3 **коммуникативные цели**: информативная, оценочная, рекламная. Передается информация о новых событиях сферы нефтегазового дела, о новых законах. Оцениваются проблемы общества, при этом оценку дают как журналисты, так и представители нефтегазовой отрасли. Рекламируются компании, заводы и различная техника, связанная с нефтегазовым делом.

Автором описываемого жанра являются представители журнала и специалисты в своей области науки и производства. **Адресатом** журнала являются люди, которые интересуются нефтегазовым делом, нефтегазодобывающей и перерабатывающей промышленностью: руководители и ведущие специалисты научных и исследовательских организаций, финансовых, инвестиционных и банковских учреждений, западных компаний и их представительств.

Научно-популярный журнал представляет собой жанр научно-популярного подстиля. Он делает научное знание более общепонятным и популярным для всех людей. В журнал входят несколько жанров. Рассмотрим **жанровую структуру журнала**.

Основу журнала «Нефтегазовая вертикаль» составляют проблемные и аналитические статьи.

Проблемные статьи посвящены актуальным проблемам нефтегазового дела, связанным с ним законам. У таких статей яркий публицистический заголовок (*Хомут на шею; Почему бензин дорог?*). Автором проблемных статей является журналист. Он поднимает проблемы, выражает свое отношение к ситуации, чаще всего критическое, негативное.

Автором аналитических статей является не журналист. Это специалист нефтегазовой области, директор компании, представитель власти и т. п. Аналитические статьи имеют не такой яркий заголовок; большую часть текста занимают таблицы, схемы.

Почти в каждом номере журнала есть раздел «Панорама». В этом разделе представляют новости из разных стран мира, связанные с нефтегазовым делом.

Часто на страницах научно-популярного журнала появляется реклама. Это может быть объявление, баннер, схема, рисунок, комикс. Также отметим жанр «поздравление». Поздравление обычно выделено в рамку или оформлено фоном с ярким цветом. Представляют фотографию человека, которого поздравляют с днем рождения.

Еще одним дополнительным жанром журнала является жанр «объявление»: объявления о выставках или конференциях, связанных с нефтегазовой отраслью.

Темы, представленные в журнале, делятся на три части: «Нефтегазовый сервис» (основу данной части составляет аналитика по сервисному рынку); «Политика, экономика, управление» (это интервью и авторские материалы политической и деловой элиты); «Переработка, нефтехимия, маркетинг» (часть о рыночных, экономических, управленческих и технологических аспектах развития переработки нефти и газа, транспортировки сырья и продуктов производства, а также маркетинга и сбыта).

В целом **оформление текстов** следующее. Тексты печатаются колонками, в журнале статья занимает несколько страниц, на каждой странице встречаются выносы. Важную информацию печатают другим цветом, чтобы ее было видно. В тексте есть свой заголовок, который показывает главное содержание текста. У каждого текста есть введение, которое поднимает основные проблемы. Еще в тексте бывает другой текст: другого автора на эту тему, оформленный в отдельной рамке, другим цветом. Все эти признаки являются признаками публицистического стиля.

Признаками научного стиля в анализируемом научно-популярном журнале по геологии являются схемы, таблицы, графики, формулы.

Языковые особенности научно-популярного журнала также отражают признаки научного и публицистического стиля.

В анализируемом журнале используют сложноподчиненные предложения, причастные обороты, определенно-личные предложения, безличные, деепричастия, специальные термины, аббревиатуры (признаки научного стиля).

С другой стороны, в анализируемых текстах используют простые предложения, личные местоимения, слова, усиливающие степень качества, инверсию, простые слова, указательные местоимения, частицы и наречия, абстрактные конструкции, оценочную лексику, неопределенно-личные предложения (признаки публицистического стиля).

Вывод. Итак, анализируемый научно-популярный журнал имеет три коммуникативные цели: информативную, оценочную, рекламную. Авторами описываемого жанра являются как журналисты, так и специалисты; адресатами выступают люди, так или иначе связанные с нефтегазовой сферой. Журнал имеет три главные части с разными функциями: аналитика, прогнозы, маркетинг. Языковые особенности научно-популярного журнала включают признаки научного и публицистического стиля.

Перспективы исследования видятся в дальнейшем анализе англоязычного научно-популярного журнала по геологии с целью выявления черт сходства и различия в данной гипержанровой форме на русском и английском языках.

Список использованных источников

1. Кириченко Н. В. Научно-популярный подстиль // Стилистический энциклопедический словарь русского языка / под ред. М.Н. Кожинной. – М.: Флинта: Наука, 2006. – С. 236–242.
2. Мубориева А. Р. Прагматический и когнитивный аспекты научно-популярных текстов на экономическую тематику: автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Воронеж, 2009. – 22 с.
3. Крюкова В. Ф. Лингвостилистические особенности языка научно-популярной литературы по лингвистике: дис. ... канд. филол. наук. – Белгород, 2001. – 216 с.
4. Нгуен Тхи Хоай Чанг. Жанрово-стилистические особенности научно-популярного подстиля (технический дискурс) // Коммуникативные аспекты языка и культуры: сб. мат-лов XIV Междунар. науч.-практ. конф. студентов и молодых ученых. Томск: Изд-во ТПУ. – 2014. – Ч. 2. – С. 275–277.
5. Сухая Е. В. Функционально-стилистический метод анализа научно-популярных текстов // Вестник МГОУ. Серия «Лингвистика». – 2011. – № 5. – С. 66–70.
6. Казакова О. А. Языковая личность диалектоносителя в жанровом аспекте: автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Томск, 2005. – 23 с.

7. Косицкая Ф. Л. Речевой жанр как единица контрастивного анализа // Вестник ТГПУ. – 2006. – Вып. 4 (55). – С. 101–105.
8. Шмелева Т. В. Речевой жанр. Способности описания и применения в преподавании языка // Russistik. Русистика. Научный журнал актуальных проблем преподавания русского языка. – Berlin. – 1990. – № 2. – С. 20–32.
9. Денисова Н. В. Жанровая организация рекламного буклета вуза // Язык и культура. – 2009. – № 1. – С. 12–20.

Научный руководитель О. А. Казакова, канд. филол. наук, доцент ТПУ

Ле Тху Хыонг, студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

E-mail: thuhuong910201@gmail.com

Le Thu Huong

GENRE AND STYLISTIC FEATURES THE POPULAR SCIENTIFIC MAGAZINE ON GEOLOGY (ON RUSSIAN MATERIAL)

Now in connection with active development of popular scientific language there is actual a research of popular scientific style. The work purpose – to reveal genre and stylistic features of the popular scientific magazine as a genre of a technical discourse. As a technique of the analysis the technique offered T. V. Shmelyova is used: detection of specifics of a genre by the description his parameters, which form a genre. We describe the purpose, author, recipient, content, design and language features of popular scientific journal on geology. The special attention is paid to genre structure of the magazine as hypergenre (macrogenre).

Keywords: *scientific style, popular scientific style, technical discourse, speech genre, hypergenre, popular scientific magazine.*

Le Thu Huong, student

National Research Tomsk Polytechnic University

E-mail: thuhuong910201@gmail.com

Хмельницкая Н. В.

К ВОПРОСУ ОБ ЭКСПРЕССИВНОСТИ НАУЧНОГО ТЕКСТА (НА МАТЕРИАЛЕ ТЕКСТОВ НАУЧНОГО ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ДИСКУРСА)

В статье рассматривается категория экспрессивности и возможности ее выражения в текстах научного экологического дискурса. Актуальность исследования обусловлена, во-первых, неоднозначностью взглядов ученых на возможность реализации категории экспрессивности в научном тексте; во вторых, повышенным интересом современных лингвистов к экологическому дискурсу вообще и к экологическому научному дискурсу в частности. Цель данной работы определена как выявление и описание лексических способов выражения категории экспрессивности в научном экологическом дискурсе. В качестве метода исследования был выбран описательный метод, реализованный такими приемами, как наблюдение и сбор лингвистического материала, количественный подсчет и контекстуальный анализ. Исследование лексических средств экспрессивности на материале текстов научного экологического дискурса позволило подтвердить, что категория экспрессивности реализуется в текстах данного типа и может иметь свою специфику.

Ключевые слова: *категория экспрессивности, экологический дискурс, научный текст, научный экологический дискурс, лексические способы выражения.*

В настоящее время вопрос об экспрессивности в языке является одним из наиболее дискуссионных вопросов лингвистики. Термин «экспрессивность» (*expressio* – выразительность) получил самое разное толкование со времен античности в трудах ученых, оставаясь весьма противоречивым и неопределенным [1]. Первоначально категория экспрессивности рассматривалась в таких видах дискурса, как художественный, публицистический, бытовой и др. Что же касается научного дискурса, то считалось, что категория экспрессивности не характерна для научного текста, т. к. основной целью научного изложения является воздействие на разум, а не на чувства читателя. Научный текст, как правило, не дает возможности представить настроение автора, его отношение к читателю, оценку излагаемого [2]. Однако в работах таких ученых, как Е. М. Галкина-Федорук (1958), С. Л. Нистратова (2004), И. А. Скрипак (2008), была доказана обратная точка зрения – категория экспрессивности может быть реализована в научном дискурсе с помощью особых средств выразительности (лексических, синтаксических, графических). В настоящее время наличие экспрессивных средств выразительности в научном тексте не подвергается сомнению, однако является недостаточно исследованным.

В свою очередь, недостаточно исследованным является и экологический дискурс, изучению которого в настоящее время лингвисты уделяют особое внимание. Это обусловлено тем, что экологические проблемы обостряются, и интерес к экологической проблематике возрастает. В частности, важным представляется изучение и описание научного экологического дискурса. То, как ученые описывают экологическую реальность и подают экологические проблемы, имеет большое значение для того, как экологическое знание

распространится на другие сферы – политическую, бытовую, медийную. Научный экологический дискурс является первоисточником этого знания.

Для нашего исследования важным оказывается следующее положение: «Специфика текстов экологической тематики начала 21-го века, и научных, и текстов СМИ, проявляется в том, что они отражают новую ситуацию в мире: вербальные средства коммуникации подкрепляются средствами непосредственного воздействия на органы чувств» [3]. Традиционно считается, что научное изложение рассчитано на логическое восприятие, а не на эмоциональное. Однако наука – это не только логика, но также источник сложных эмоций. Последнее обуславливает использование образной лексики и экспрессивных конструкций [4]. Кроме того, ученые относят тексты экологической тематики к категории текстов с ярко выраженной прагматической направленностью, которая заключается в убеждении в сложности экологической обстановки, либо побуждении к действию. В связи с этим возникла гипотеза, которая и легла в основу нашего исследования: тексты научного экологического дискурса могут отличаться большей экспрессивностью по сравнению с другими научными текстами.

Цель данного исследования состоит в том, чтобы выявить и описать лексические способы выражения категории экспрессивности в научном экологическом дискурсе. **Объект исследования:** категория экспрессивности в научном экологическом дискурсе. **Предмет исследования:** способы выражения экспрессивности в научном экологическом дискурсе, обусловленные спецификой функционирования данной категории в текстах подобного типа.

Материалом для настоящего исследования послужили 6 статей из таких источников, как: Сборник трудов молодых ученых Тверского государственного технического университета «Современные проблемы рационального использования природных ресурсов и охраны окружающей среды», 2009 г.; научный журнал «Экосистемы, их оптимизация и охрана», 2013 г.; научный журнал НИУ ИТМО, серия «Экономика и экологический менеджмент», 2015 г., а также материалы международной научно-практической конференции «Экологическое образование и экологическая культура населения», 2014 г. Исследование строилось с опорой на описательный метод, реализованный такими приемами, как наблюдение и сбор лингвистического материала, количественный подсчет и контекстуальный анализ.

Как известно, устная речь в сопровождении интонации, жестов, мимики является более экспрессивной, чем письменная. Но, несмотря на это, письменная речь обладает своим арсеналом средств, которые придают ей необычный характер, задают алгоритм прочтения и выражают категорию экспрессивности. Согласно С. Л. Нистратовой, средства выражения экспрессивности в языке обладают системностью. Главной особенностью данной системы является то, что она представлена единицами разных уровней языка [5]. Категория экспрессивности может выражаться в тексте на лексическом, синтаксическом и графическом уровнях. На лексическом уровне это усилительные частицы, сравнения, метафоры, эмоционально-экспрессивные прилагательные, прилагательные наивысшей степени сравнения и т. д. На уровне синтаксиса – вопросно-ответный комплекс, риторический вопрос, парцелляция, параллельные конструкции. На графическом – варьирование шрифтов, знаков препинания, плоскостное варьирование текста. В данной работе мы рассмотрели, как категория экспрессивности реализуется на лексическом уровне в научных текстах, посвященных экологической проблематике.

В исследуемом материале общим объемом 20 страниц было выявлено 14 лексических единиц, которые служат выражению категории экспрессивности.

Было выявлено 4 единицы с ограничительным и усилительным значением.

- «В 8 баллов оцениваются сорта с розовой неустойчивой окраской венчика – Элан и Всемирный дебют, особенностью которых является изменение окраски лепестков (**вплоть до белой**), у цветков...» В данном случае категория экспрессивности выражается словом с ограничительным значением; «**вплоть до**» – предлог, имеющий ограничительное значение в сочетании с сущ. в Р.П. (пропущено слово «**окраска**» – вплоть до белой окраски).
- «У них одновременно распускались **только** по 3–5 цветков на растении». Ограничительное наречие. Употреблено в значении «**не больше, чем...**».
- «В результате выпаривания, вся почвенная органика сгорает **в прямом смысле слова**». Данный оборот не свойственен научной речи. Придает процессу сгорания органики буквальность. Синоним: усилительное наречие «**буквально**».
- «При исследовании разливов нефти во Флориде и Менуле было **ясно** показано, что...» Экспрессивность выражается с помощью усилительного наречия. Синонимы: отчетливо, точно.

При анализе практического материала было обнаружено наибольшее количество прилагательных (9) в превосходной степени сравнения, которые являются средствами выражения экспрессивности научного текста. Они показывают высшую степень проявления какого-либо признака, таким образом выделяя его, подчеркивая высокую или низкую интенсивность его проявления.

- «Этот показатель получил **наибольший** коэффициент значимости...» Речь идет о шкале оценки степени декоративности сортов земляники. В данном случае, автор говорит о таком показателе, как уровень расположения соцветий относительно листьев. Автор, используя прилагательное в превосходной степени сравнения, выделяет этот показатель и указывает на то, что он является самым важным при оценке степени декоративности сортов земляники.

- *«Самую низкую оценку получили сорта с периодом цветения менее 50 дней».* Как и в предыдущем примере, речь идет об оценке декоративности сортов земляники. Автор говорит о том, что сорта с периодом цветения менее 50 дней стоят на последнем месте среди оцениваемых сортов.
- *«Наибольшее количество баллов за оригинальность растения среди изученной группы получили сорта Липстик, Пинк-Панда, Элан...»* В данном примере речь идет о таком показателе оценивания сортов земляники, как оригинальность растения. Используя прилагательное в наивысшей степени сравнения, автор говорит о том, что перечисленные сорта являются первыми в данной «номинации», среди других оцениваемых сортов.
- *«Наименьшей водопоглощающей способностью обладают образцы торфа с диаметром 40–60 мм».* Используя прилагательное «наименьшей», автор указывает на то, что образцы торфа с диаметром 40–60 мм обладают самой низкой водопоглощающей способностью, чем, например, образцы торфа с большим или меньшим диаметром.
- *«От влажности грунта зависит прочность плит. При влажности 15–22 % наблюдается наибольшая прочность».* Автор говорит о том, что при влажности грунта 15–22 % показатель прочности плит является самым высоким.
- *«К числу важнейших инициатив по ограничению выбросов парниковых газов относится создание многостороннего партнерства бизнес-структур».* Вероятно, существует множество инициатив по ограничению выбросов парниковых газов. Исходя из контекста, автор, используя прилагательное «важнейших», хочет выделить наиболее значимые, весомые среди них.
- *«Максимальный балл получили сорта...»:* самый высокий балл.
- *«Наиболее перспективным методом обеззараживания почв является...»* Наречие, служащее для образования формы превосходной степени прилагательных и наречий. Выступает в качестве средства выражения экспрессивности научного текста.
- *«Европейские потребители называют наиболее важные экологические аспекты производства продовольствия».* Наивысшая степень сравнения прилагательных. Речь идет о том, что существует множество экологических аспектов производства продовольствия. Европейские потребители выделяют среди них самые важные и значимые.

В ходе исследования было выделено 1 образное сравнение: *«По результатам исследования социологов можно заметить, что в России природа воспринимается, прежде всего, как “кладовая” промышленных ресурсов».* В данном случае «кладовая» является образным сравнением. Автор, характеризуя природу России, приписывает ей свойства «кладовой» («средоточие каких-либо богатств, ценностей») и говорит об узкоутилитарном отношении к ней. Мы привыкли брать от природы то, что нам нужно, но не привыкли оберегать ее. Кавычки в сочетании со словом «кладовая» позволяют автору выразить негативное отношение к описываемой ситуации. Слово «кладовая» – слово с положительной семантикой, но кавычки позволяют актуализировать переносное значение. Такого рода примеры встречаются в публицистике, но не характерны для научного стиля. Тот факт, что подобный пример появился в научном тексте на экологическую тему, подтверждает высказанное ранее предположение о том, что научные экологические тексты могут быть более экспрессивными.

Таким образом, в ходе исследования практического материала было выявлено 14 единиц выражения категории экспрессивности в научном экологическом дискурсе. Согласно проведенному исследованию, наиболее встречающимся способом выражения категории экспрессивности является прилагательное в наивысшей степени сравнения (9). Использование таких прилагательных указывает на степень проявления какого-либо признака, подчеркивая высокую или низкую интенсивность его проявления. Кроме того, было выявлено 4 единицы с ограничительным и усилительным значением и 1 образное сравнение, выражающее отношение автора к данной проблеме.

Как уже было сказано, научное изложение рассчитано, прежде всего, на логическое восприятие, а не на эмоциональное воздействие. Однако учитывая тот факт, что интерес к вопросам экологии в современном обществе возрастает, научное экологическое знание может нуждаться в особом представлении. Материал исследования показал, что ученые-экологи активно используют специальные средства создания экспрессии в научном тексте (усилительные частицы и наречия, прилагательные в наивысшей степени сравнения). Данные средства способствуют интенсификации научного познания, позволяют авторам доказательно и контрастно представить результаты своей работы. В то же время авторы-экологи могут подчеркивать масштабность тех или иных экологических проблем, сообщать оценку описываемым явлениям и тем самым воздействовать на адресата, способствовать формированию его экологического сознания. Это достигается за счет использования в научном экологическом дискурсе эмоционально-экспрессивных прилагательных, образных сравнений, метафор.

Список использованных источников

1. Билан-Котельникова Л. И. К определению понятия «экспрессивность» в современной лингвистике // Стратегические вопросы мировой науки. Филологические науки. 2014. URL: http://www.rusnauka.com/5_SWMN_2014/Philologia/3_159034.doc.htm (дата обращения: 03.04.2015).
2. Валеева Н.Г. Жанрово-стилистическая характеристика научных текстов // Введение в переводоведение. – М.: Изд-во РУДН, 2006. – URL: <http://www.trpub.ru/articles/harakteristika/> (дата обращения: 11.04.2015).

3. Рытикова Л. Л. Использование эмоционально-экспрессивных средств в англоязычных текстах сферы биотехнологии // Динамика научных исследований. Филологические науки. 2008. URL. http://www.rusnauka.com/15_DNI_2008/Philologia/32749.doc.htm (дата обращения: 03.04.2015).
4. Жабо Н. И. Экотерминосистема французского и русского языков: структура, семантика, особенности и способы перевода: дис. ... канд. филол. наук. – М., 2015. – 182 с.
5. Нистратова С. Л. К вопросу о системе экспрессивных синтаксических средств в научной речи. Язык, сознание, коммуникация: Сб. ст. / Отв. ред. В. В. Красных, А. И. Изотов. – М.: МАКС Пресс, 2004. – 192 с.

Список источников фактического материала

1. Воробьев А. А. Водопоглощаемость торфяных прессованных плит // Современные проблемы рационального использования природных ресурсов и охраны окружающей среды – Тверь, 2009.
2. Мурылев А. В. Причины низкой экологической культуры населения в России // Экологическое образование и экологическая культура населения. – Пенза, 2014.
3. Николенко В. В. Шкала оценки декоративных качеств видов, сортов и гибридов рода FRAGARIA // Экосистемы, их оптимизация и охрана, 2013. – Вып. 9. – С. 134–141.
4. Пышкин В. Б. Кризис экологического образования: Кичэкология // Экологическое образование и экологическая культура населения. – Пенза, 2014.
5. Сергиенко О. И., Трофимова А. С. Экологические критерии в продуктовой цепочке: международный опыт // Научный журнал НИУ ИТМО, серия «Экономика и экологический менеджмент», 2015.
6. Янтилина Г. М. Экологическое образование как необходимая составляющая системы обеспечения экобезопасности общества // Экологическое образование и экологическая культура населения. – Пенза, 2014.

Научный руководитель Е. О. Захарова, канд. филол. наук, доцент ТПУ

Хмельницкая Н. В., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

E-mail: Khmelnitskie@mail.ru

Khmelnitskaya N. V.

REVISITING EXPRESSIVITY OF THE SCIENTIFIC TEXT (ON THE BASIS OF SCIENTIFIC ENVIRONMENTAL DISCOURSE TEXTS)

This article presents the category of expressivity and the possibility of its expression in the texts of scientific environmental discourse. The relevance of the research is determined firstly, by ambiguity views of scientists on the feasibility of the category of expressivity in the scientific text; secondly, by the increased interest of modern linguists to environmental discourse in general and environmental scientific discourse in particular. The purpose of this study is to identify and describe lexical means of the category of expressivity in the texts of scientific environmental discourse. The research is based on the descriptive method realized through observation and collection of linguistic material, quantitative calculation and contextual analysis. The analysis of the lexical expressive means in scientific environmental discourse helped to confirm that the category of expressivity can be found in the texts of this type and has its own peculiarity.

Keywords: *category of expressivity, environmental discourse, scientific text, scientific environmental discourse, lexical ways of expression.*

Khmelnitskaya N. V., student

National Research Tomsk Polytechnic University

E-mail: Khmelnitskie@mail.ru

Картинник В. В.

СПЕЦИФИКА ЖАНРА НАУЧНО-ПОПУЛЯРНОЙ СТАТЬИ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ДИСКУРСА

Данная статья представляет собой анализ научно-популярной статьи как жанра экологического дискурса. Актуальность исследования обусловлена современной тенденцией к популяризации научного знания, в частности экологического, и, как следствие, широким распространением научно-популярных статей в СМИ. Цель данной работы состоит в выявлении специфики жанра научно-популярной статьи экологического дискурса. В качестве метода исследования был выбран метод лингвистического описания, представленный рядом таких приемов, как наблюдение, обобщение, анализ.

Ключевые слова: *жанр, научно-популярная статья, экологический дискурс, научный стиль, научно-популярный стиль.*

Для современной науки характерна тенденция популяризации научного знания, о которой упоминают в своих работах многие отечественные ученые (см., например, [1; 2] и др.). Глобализация научного знания, главным образом, обусловлена возросшим интересом к современным научным проблемам со стороны

читателей, не являющихся специалистами в той или иной области научного знания. Читатели-непрофессионалы для получения такого рода знаний обращаются, как правило, к научно-популярным и многопрофильным изданиям, освещающим научные проблемы, к научно-популярным интернет-журналам и интернет-порталам [3].

В частности, не перестает набирать популярность экологическая тематика, затрагивающая самые разнообразные сферы деятельности человека. Материалом данного исследования послужили 20 статей, взятых и разных типов медиаисточников, преимущественно из онлайн-версий научно-популярных журналов, а также научно-популярных порталов. «Специфика текстов экологической тематики начала 21-го века, и научных, и текстов СМИ, проявляется в том, что они отражают новую ситуацию в мире: вербальные средства коммуникации подкрепляются средствами непосредственного воздействия на органы чувств» [4, с. 24]. Действительно, проблемы окружающей среды выходят на первый план, публикуется большое количество работ, проводится немало исследований в этой области. Экологический дискурс вбирает в себя всё многообразие текстов на экологическую тематику. В отечественной лингвистике существует ряд классификаций экологического дискурса с точки зрения его функциональной дифференциации. Так, Е. В. Иванова в рамках экологического дискурса выделяет:

- 1) научный дискурс;
- 2) медийный дискурс;
- 3) религиозно-проповеднический дискурс;
- 4) художественный дискурс [5].

К научному экологическому дискурсу относят тексты, созданные экологами. Притом, как любой другой дискурс, научный экологический дискурс имеет центральные и периферийные жанры. Научная статья, являясь центральным жанром экологического дискурса, представляет результаты исследований, новейшие разработки в области экологии, более того, именно в научных статьях поднимаются и актуальные проблемы экологии. Как известно, сама экология является относительно молодой наукой, а проблемы окружающего мира стали волновать научную общественность всего несколько десятилетий назад. Поскольку жанр научной статьи тяготеет к использованию научного стиля речи, научная статья представляет собой поле статусно-равного общения «агент – агент». Стоит также отметить, что экология представляет проблемы, актуальные для широкого круга людей, включая не только ученых, но также простых обывателей. Ввиду структуризации научно-популярного подстиля с учетом специализации определенной отрасли науки целесообразным можно считать выделение научно-популярной экологической статьи [6]. Именно необходимость представления научного экологического знания доступным языком и обуславливает использование научно-популярной статьи как периферийного жанра экологического дискурса.

Научно-популярная статья представляет большой интерес для современных лингвистов, данной проблематикой занимаются такие отечественные ученые, как Т. А. Воронцова [7], Т. О. Ужахова [8], С. Г. Петров и Т. Н. Хомутова [2] и др. Научно-популярная статья экологического дискурса имеет ряд особенностей, которые отличают ее от научной статьи экологического дискурса. Для обозначения таких черт научно-популярной статьи стоит проанализировать ее, опираясь на анкету речевого жанра Т. В. Шмелевой [9].

Главной целью научной статьи можно назвать информирование, предоставление информации самого разного типа, будь то представление результатов исследования или же описание его проведения. Научно-популярная статья также относится к информативным типам речевых жанров, однако можно отметить, что цель научно-популярного текста немного шире, чем просто информирование. Отечественные лингвисты также подчеркивают, что в ряде случаев речь идет не о простом представлении неких результатов, но также о воздействии на читателя, привлечении его внимания к той или иной проблеме, а в некоторых случаях говорят о второстепенной функции – рекламной [1; 4; 8].

Автором научной статьи является ученый, компетентный человек, профессионал, непосредственно участвующий в описанном исследовании. Автором научно-популярной статьи экологического дискурса, как правило, выступает также ученый, профессионал, предоставляющий информацию более доступным для аудитории языком.

Адресата научной статьи можно определить как равноправного участника коммуникации, имеющего достаточно высокий уровень компетенции в определенной сфере деятельности. Следовательно, специфика образа адресата научно-популярной статьи заключается в том, что статья такого плана ориентирована на широкую аудиторию простых обывателей, читателей-непрофессионалов, малокомпетентных или вовсе некомпетентных людей, интересующихся вопросами определенной тематики [1].

Говоря о диктумном содержании, а также о факторах прошлого и будущего, стоит отметить, что эти характеристики научных и научно-популярных статей не имеют важных различий, а также не представляют фундаментальную составляющую для разграничения данных типов статей. Так, акцентуация определенной экологической проблемы, ситуации является результатом ее обнаружения, выявления тех негативных последствий, которые могут быть вызваны сложившейся экологической ситуацией, а также разработка новых путей решения, проведение исследований в этой области являются тем событием прошлого, которое повлекло появление статьи научного или научно-популярного стиля. Фактор будущего выражается в возникновении определенного типа реакции на изложенную информацию, будь то возросший интерес к

проблемам экологии, привлечение ученых к работе в данной области или применение изложенных выводов на практике и т. п.

Последним пунктом анкеты речевого жанра Т. В. Шмелевой является формальная организация текста, включающая в себя грамматические, синтаксические, лексические особенности жанра. Формальная организация текста значительным образом зависит от образа адресата. С точки зрения функциональной стилистики, научная статья относится к научному стилю текста, в то время как научно-популярная статья соотносится с научно-популярным, неакадемическим подстилем научного стиля речи. Научно-популярная статья непосредственно относится к научному стилю, излагает научную информацию, поэтому обилие общенаучной лексики и широкое использование терминов является основной чертой и для научно-популярной статьи [10]. Однако стоит отметить, что ввиду отличительных особенностей адресата научно-популярной статьи специальные термины нуждаются в ином представлении. Так, среди основных способов введения термина лингвисты обозначают: непосредственное введение термина (термин и его дефиниция), постепенное подведение к термину (развернутое описание), синонимизация, этимологизация и т. п. [11].

Стоит отметить, что на уровне морфологии разница между двумя рассматриваемыми стилями наименее заметна: склонность к номинализации, именительный и родительный падеж существительных, глаголы несовершенного вида, указательные местоимения – всё это представляет собой характерные черты как для текста научного стиля, так и для научно-популярного текста [12]. На уровне синтаксиса научно-популярный текст будет отличаться от собственно научного текста, перегруженного предложениями, осложненными однородными членами, вводными конструкциями. Научно-популярному тексту не чуждо использование распространенных, осложненных предложений, а также предложений с пассивными конструкциями, однако, стоит отметить, процент содержания подобных конструкции будет ниже, чем в научном стиле. Помимо вышеперечисленных отличий, нельзя не уделить внимание экспрессивности научно-популярного текста, как его стилистической особенности. Действительно, отечественные лингвисты говорят о научном стиле как о безличном и неэмоциональном, лишенном любой экспрессивности, в этом смысле экспрессивность научно-популярного стиля является одним из его наиболее существенных признаков. Средства выразительности играют важную роль в выполнении коммуникативной задачи научно-популярного текста, а также обеспечивают плавный переход от авторской идеи к готовому произведению, не нарушая при этом один из основных принципов научно-популярного стиля – принцип доступности и наглядности [13; 14 и др.].

Таким образом, можно сказать, что основные различия научной и научно-популярной статьи заключаются в аудиторной разнонаправленности, которая, в свою очередь, обуславливает изменения в формальной организации текста научно-популярной статьи.

Опираясь на выше представленную классификацию Е. В. Ивановой, следует отметить, что научно-популярная статья по экологии может занимать промежуточную позицию между научным экологическим дискурсом и медийным экологическим дискурсом. Соответственно, это позволяет говорить о некой периферийности научно-популярной статьи как жанра экологического дискурса. Исходя из периферийности научно-популярной статьи, следует обозначить некоторые ее особенности, обусловленные взаимодействием с медийным дискурсом.

Прежде всего, особенности научно-популярной статьи зависят от типа медиаисточника. Выделяют два типа печатных медиаизданий: к первому типу относятся специальные научно-популярные журналы по экологии либо специальные научно-популярные издания, в которых представляются статьи из различных областей знаний, в том числе из экологии. Ко второму типу медиаисточников относят массовые медиаисточники, т. е. многопрофильные издания, которые освещают события в различных сферах: политики, спорта, культуры, науки. В лингвистической литературе отмечается, что процент публикаций научно-популярных статей на научную тематику в многопрофильных медиаисточниках составляет 5–10 % [7; 8]. Действительно, характер медиаисточника является особенно важным фактором, с точки зрения стилистической организации научно-популярной статьи. Так, научно-популярная статья, опубликованная в специализированном научно-популярном или научном издании по экологии, не будет внешне отличаться от типичной научной или научно-популярной статьи. Это обусловлено тем фактом, что статьи специализированных научно-популярных журналов приближены к научному стилю и являются ориентированными на относительно компетентного читателя.

Что касается научно-популярной статьи экологического дискурса, опубликованной в многопрофильном медиаисточнике, то она может иметь некоторые отличия. Во-первых, автором статьи не всегда выступает эколог. Так, для периферии научного и медийного дискурса приемлемым считается представление статьи на экологическую тему как авторского текста, а также как стилистически переработанного реферативного текста, составленного в соответствии со всеми дискурсивными требованиями. Образ ученого, как автора, в таком случае может проявляться только во внутритекстовых ссылках на оригинал работы.

Примером такого явления может послужить отрывок из статьи *«Теория о появлении воды на земле вновь была опровергнута»*, опубликованной в научно-популярном портале «Global Science»: *«С помощью уникального зонда “Philae” ученые полностью опровергли теорию появления воды на планете земля. Напомним, что ответственными за экспериментальные исследования, проводимые с использованием зонда, были ученые западноевропейского космического агентства <...> Именно после исследовательского изучения*

кометы при помощи зонда ученые и пришли к выводу, опровергнувшему теорию о формировании воды на нашей планете» (Globa lScience 11.12.2014).

Нередко в таких типах статей авторство вовсе не указывается, а самого автора можно найти лишь в ссылках на первоисточник [7]. Соответственно, можно говорить о несовпадении образа автора в научно-популярной статье экологического дискурса в зависимости от характера его медиаисточника.

К другим особенностям научно-популярной статьи экологического дискурса можно отнести заголовки статей, которые также приближены к заголовкам публицистических текстов. В целях привлечь внимание на рассматриваемую проблему авторы прибегают к употреблению порой весьма экспрессивных заголовков. Например: *Техногенный сейсмоз – человек вызывает удар на себя; Тигриный кризис и тигриная инициатива* (Экология и жизнь, № 3 (100), 2010; № 10 (107), 2010); *Энергия из-под колес; Прибавили газу* (GEO); *Алкалоидная одиссея; Агрессия коммерческого проектирования; Этюды о лекарственных растениях* (Экос, № 1, 2009). Еще одной, уже неязыковой, особенностью научно-популярной статьи экологического дискурса является употребление иллюстративного материала. Такой тип материала служит для создания наиболее понятного образа рассматриваемой проблемы [8]. В случае со специализированными научно-популярными изданиями это скорее таблицы, графики, изображения, фотографии. Для многопрофильных изданий фотография будет являться ключевым иллюстративным материалом.

В качестве примера использования иллюстративного материала можно привести отрывок из статьи *«Арктические льды: таяние с “обратной связью”»* журнала «Наука и жизнь», где автор использует в качестве иллюстративного материала фотографию тюленя, служащую средством привлечения внимания читателя и помогающую читателю предугадать содержание статьи:

«Прошедшее лето стало самым теплым в Арктике за всё время наблюдений, начиная с 1972 года. Это привело к интенсивному таянию многолетних льдов толщиной 5 м и более и сокращению площади арктических льдов» (Наука и жизнь, № 1, 2012).



Другим примером использования иллюстративного материала может послужить статья *«Чистая вода в каждом доме»*, где автор также прибегает к использованию фотографий, однако не с целью привлечения внимания, а с целью обеспечения понимания некомпетентного читателя: *«Специалисты разных стран разработали огромное количество новой бытовой “водной” техники. И ее становится все больше»* (НАУКА – это ЖИЗНЬ!).



Ввиду вышеперечисленных различий научно-популярной статьи экологического дискурса в специальном и многопрофильном источнике стоит отметить также несовпадение в образе адресата. Адресатом научно-популярной статьи экологического дискурса в специальном источнике является некомпетентный, но подготовленный читатель. Другими словами, читатель не осведомлен в конкретной тематике, однако способен понимать терминологию и воспринимать научный язык изложения, с его сложными конструкциями. Читатель многопрофильного издания, скорее всего, является неподготовленным, что объясняет склонность к публицистическому стилю изложения.

Еще одной особенностью научно-популярной статьи как жанра является способность объединить в себе несколько разных типов дискурса. Так, в рамках научно-популярной статьи происходит

взаимопроникновение нескольких типов дискурса. Говоря о научно-популярной статье экологического дискурса, в частности, можно обозначить смешение научного дискурса, представляющего научное знание, экологического дискурса, освещающего всю палитру экологических проблем современности, а также медийного дискурса, который вносит в научно-популярную статью те черты публицистического текста, о которых речь шла выше.

Следовательно, научно-популярная статья занимает достаточно важное место в современном экологическом дискурсе, что, прежде всего, связывает этот факт с тенденцией к глобализации научного знания. Как показал анализ, целесообразно выделить два типа медиаисточников научно-популярной статьи экологического дискурса: специализированные («ЭКОС», «Вестник АсЭкО», «Наука и жизнь», «GEO», «НАУКА – это ЖИЗНЬ!», «Биофайл», «Science Debate», «Экология и жизнь») и многопрофильные («Руфабула», «Аргументы и факты», «Новые известия», «Сегодня», «Global Science», «Discovery»). Специализированные медиаисточники придерживаются научной формы стилистической организации текста научно-популярной статьи. Так, информационная наполненность связывает научно-популярную статью с научной. В многопрофильных медиаисточниках автором может выступать не ученый, стиль изложения тяготеет к публицистическому. В научно-популярной статье широко используется иллюстративный материал, что также облегчает понимание информации. Из этого можно сделать вывод, что образ автора, образ адресата в научно-популярной статье из медиаисточников разного типа не совпадают.

Подводя итог проведенного исследования, можно заключить, что научно-популярная статья выступает в роли периферийного жанра экологического дискурса, донося научную информацию доступными для широкого круга читателей средствами и выполняя, таким образом, функцию глобализатора научного экологического знания.

В перспективе дальнейшей работы планируется анализ коммуникативной стратегии популяризации научного знания в научно-популярной статье экологического дискурса; выявление основных тактик, посредством которых стратегия популяризации научного знания реализует себя в рамках научно-популярной статьи экологического дискурса, а также их анализ на практическом материале, взятом из различных типов медиаисточников.

Список использованных источников

1. Муранова О. С. Способы выражения позиции автора в тексте научно-популярной статьи // Известия РГПУ им. А. И. Герцена. – 2009. – № 89. – С. 238–244.
2. Хомутова Т. Н., Петров С. Г. Научно-популярный текст: интегральная модель // Вестник ЮУрГУ. серия: лингвистика – 2013. – № 2. – С. 37–41.
3. Макарова Е. Е. Научно-популярные сайты в системе СМИ: типологические и профильные особенности: дис. ... канд. филол. наук. – М., 2013. – 261 с.
4. Жабо Н. И. Экотерминосистема французского и русского языков: структура, семантика, особенности и способы перевода: дис. ... канд. филол. наук. – М., 2015. – 182 с.
5. Иванова Е. В. К проблеме исследования экологического дискурса // Политическая лингвистика. – 2007. – № 23. – С. 134–137.
6. Валеева Н. Г. Жанрово-стилистическая характеристика научных текстов // Введение в переводоведение. – М.: Изд-во РУДН, 2006. – URL: <http://www.trpub.ru/articles/harakteristika/> (дата обращения: 22.04.2015).
7. Воронцова Т. А. Научно-популярный дискурс в современных российских СМИ (проблемы жанра и стиля) // Вестник ЧЕЛГУ. – 2014. – № 6 (335). – С. 38–42.
8. Ужахова Т. О. Коммуникативно-прагматические особенности построения текстов в научно-популярных журналах: дис. ... канд. филол. наук. – М., 2003. – 170 с.
9. Шмелева Т. В. Речевой жанр. возможности описания и использования в преподавании языка // russistik. русистика. Научный журнал актуальных проблем преподавания русского языка. – Berlin. – 1990. – № 2. – С. 20–32.
10. Дорцуева Н. И. Лингвостилистические особенности научно-популярных медицинских текстов: автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Бишкек, 2012. – 25 с.
11. Крюкова В. Ф. Лингвостилистические особенности языка научно-популярной литературы по лингвистике: дис. ... канд. филол. наук. – Белгород, 2001. – 216 с.
12. Балашова Л. В., Дементьев В. В. Научный стиль // Курс русского языка. URL: http://licey.net/russian/culture/5_2 (дата обращения: 22.04.2015).
13. Милованова Н. Я. Экспрессивность в стиле научной прозы: дис. ... канд. филол. наук. – Пермь, 1982. – 192 с.
14. Разинкина Н. М. Функциональная стилистика. – М.: Высшая школа, 1989. – 182 с.

Научный руководитель Е. О. Захарова, канд. филол. наук, доцент ТПУ

Картинник В. В., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

E-mail: jigatriga@mail.ru

THE SPECIFIC CHARACTER OF A POPULAR SCIENCE ARTICLE IN THE ENVIRONMENTAL DISCOURSE

This article presents an analysis of a popular science article as a genre of environmental discourse. The relevance of research consists in popularization tendency of modern science, in particular, in ecology, and as a result, the frequent use of the genre of popular science articles. The purpose of this study is to study the specificity of genre of popular science articles in environmental discourse. The method of linguistic description, represented by the analysis and the synthesis was chosen as research method.

Keywords: genre, popular science article, environmental discourse, scientific style, popular scientific style.

Kartinnik V. V., student

National Research Tomsk Polytechnic University

E-mail: jigatriga@mail.ru

Чан Тху Нган

ЖАНР НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ МОНОГРАФИИ НА РУССКОМ И АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКАХ (НА МАТЕРИАЛЕ ТЕКСТОВ ПО ГЕОЛОГИИ)

В работе, выполненной в рамках актуального направления современной лингвистики – теории речевых жанров, – осуществляется сопоставительное исследование научно-технической монографии по геологии на русском и английском языках. С опорой на анкету речевого жанра выявляются черты сходства и отличия в анализируемых текстах. Делается вывод о том, что англоязычный автор в большей степени ориентируется на своего читателя по сравнению с русскоязычным автором.

Ключевые слова: научный стиль, речевой жанр, монография, русский язык, английский язык.

Наука занимает большое место в жизни современного человека, это одна из важнейших составляющих культуры общества. В связи с этим в последнее время активизировался интерес лингвистов к научным текстам, особенно к научно-техническим текстам, которые играют важную роль в процессе получения, сохранения и передачи новых знаний в области техники и технологий. **Объектом** нашего исследования является жанр научно-технической монографии по геологии, **предметом** выступают жанрообразующие параметры научно-технической монографии по геологии. **Материалом** для работы послужили две книги: [1; 2] – русскоязычная и англоязычная монографии по геологии, изданные в России и в США соответственно.

Научный стиль, как известно, включает в себя несколько стилевых разновидностей – подстилей: собственно научный (академический) подстиль, научно-популярный, научно-учебный, научно-справочный, научно-информационный, научно-деловой. Представляется, что анализируемый в нашей работе жанр научно-технической монографии по геологии относится к нескольким разновидностям научного стиля. В соответствии с общепринятыми классификациями, жанр монографии является крупной жанровой формой собственно научного (академического, научно-исследовательского) подстиля (см., например, [3]). Исследователи высказывают также мнение, что «сущностные характеристики» монографии «не противоречат принципам популяризации» [4, с. 69], следовательно, монография может рассматриваться как жанр научно-популярного подстиля. В то же время анализируемые тексты ориентированы не только на специалистов-исследователей, но и на студентов и аспирантов, что определяет частичную принадлежность монографии и к учебно-научному подстилю.

В научном стиле вне зависимости от подстиля выделяют несколько групп жанров. В соответствии с объемом текста жанры научной литературы делят на крупные жанры (диссертация, монография, энциклопедия, учебник и т. п.) и малые жанры (статья, реферат, рецензия, тезисы и т. п.) [3, с. 57]. В зависимости от степени обобщения научных сведений научные жанры делят на первичные (статьи, монографии и др.) и вторичные (рецензии, рефераты, конспекты и др.). С точки зрения композиционно-смысловой организации выделяют жанры с открытой, свободной, мягкой структурой (монография, рецензия, статья и т. п.) и жанры с жестко фиксированной структурой (патент, заявка, стандарт и т. п.) [3, с. 58].

Монография представляет собой крупный жанр научного стиля, «посвященный многоаспектному рассмотрению и решению актуальной проблемы, обладающий новизной теоретического или эмпирического содержания, единством научного подхода, смысловой завершенностью, сложной композиционной структурой» [3, с. 59]. Исследователи отмечают, что, с одной стороны, для монографии характерны стереотипная композиционная структура и типизированное языковое оформление; с другой стороны, монографии свойственна большая степень вариативности структуры и языкового оформления, обусловленная спецификой предметной области, типом изучаемого объекта, теоретическим или эмпирическим ракурсом исследования, а также индивидуальным стилем мышления ученого.

Содержание монографии включает формулировку задачи и/или постановку проблемы; определение и разграничение понятий с установлением среди них логико-смысловых взаимоотношений; экспликацию мысли, гипотезы или главного тезиса научной концепции; доказательство гипотезы с использованием различных средств аргументации, подтверждающих достоверность нового знания; характеристику изучаемого объекта и др. [3, с. 59].

Следует отметить, что общие характеристики жанра монографии представлены только в учебной и научно-справочной литературе 1980-90-х гг. (см., например, [5, 6]), специальное исследование жанра научно-технической монографии до сих пор не проводилось, при этом крупные жанровые формы научной речи в последнее время начинают привлекать исследовательский интерес лингвистов.

Наше исследование **направлено** на выявление жанровых особенностей научно-технической монографии по геологии на материале русского и английского языков с целью дальнейшего изучения аспектов перевода данного жанра. Для реализации поставленной цели используем методику анализа речевого жанра, разработанную Т. В. Шмелевой [7]. Остановимся на таких параметрах жанра, описанных Т. В. Шмелевой в «анкете речевого жанра», как коммуникативная цель, образ автора, образ адресата, языковые особенности (лексические, морфологические, синтаксические средства текста). Параметр «диктум» рассмотрим через анализ структуры текстов. Параметры «фактор прошлого» и «фактор будущего» представляются нерелевантными для сопоставительного анализа крупных жанровых форм письменной речи.

Общей **целью** жанра монографии является разноаспектное рассмотрение и решение актуальной проблемы. В анализируемой монографии на русском языке автор отражает цель своей работы в аннотации. В монографии на английском языке автор прямо формулирует цель написания книги в предисловии. Обе книги направлены на обобщение результатов исследований в области геологии, при этом в книге российского автора цель книги сформулирована больше в научном ключе: *«В монографии изложены результаты опытно-промышленных работ по /.../ Рассмотрены вопросы изучения /.../ Исследованы проблемы оптимизации /.../ и результаты экспериментальных работ по регулированию выработки запасов нефти»*; *«The major purpose of writing this book is to summarize the state-of-the-art of horizontal well technology....»* (*Главная цель написания этой книги состоит в том, чтобы обобщить современное состояние технологии горизонтальных скважин*) (здесь и далее перевод с английского языка выполнен нами – Ч. Т. Н.).

Авторами данных монографий являются опытные исследователи, ученые с мировым именем: доктор наук, профессор Академии наук Республики Татарстан Р. С. Хисамов и профессор Индийского технологического института Дели профессор Joshi. Автор англоязычного текста рассказывает о том, как он писал свою книгу, а также акцентирует внимание на своем личном опыте: *«Many solutions which are presented are based upon my personal experiences»* (*Многие представленные решения основаны на моем личном опыте*), – пишет Джоши. Автор использует местоимение первого лица единственного числа: *«I consider myself to be a student of this technology»* (*Я считаю себя учеником этой технологии*). В русском тексте местоимение «я» не встречается ни разу. В обеих анализируемых монографиях авторы используют личное местоимение первого лица в форме множественного числа. В целом анализ текстов позволяет отметить более личностный характер общения автора англоязычной книги со своим читателем, по сравнению с русскоязычной книгой.

Адресатом научно-технической монографии являются специалисты в данной области, а также аспиранты и студенты. Адресат монографии прямо обозначается в тексте – в аннотации или во введении: *«Для инженерно-технических работников нефтяных производств, а также аспирантов и студентов нефтяных вузов»*; *«...engineers, completion engineers, production engineers, and geologists should also understand and appreciate different factors that influence a horizontal well's performance»* (*...инженеры, будущие инженеры, инженеры-технологи и геологи также должны понимать и уметь оценивать различные факторы, влияющие на работу горизонтальных скважин*).

Структура монографии обуславливается действием коммуникативно-познавательной работы научного работника и динамикой научного мышления, содержащего рубежи проблематичной ситуации, проблемы, мысли, гипотезы, аргументации, заключения. Анализируемая русскоязычная монография состоит из следующих частей: авантитул (включающий название, автора, аннотацию); введение (2 страницы); основная часть, состоящая из 5 глав; отдельный раздел – основные выводы и рекомендации (1 страница текста); список литературы; перечень принятых в работе сокращений; содержание книги. Разделы основной части состоят из подразделов, включают схемы, таблицы, рисунки и подписи к ним. Монография, изданная в США, состоит из следующих частей: авантитул (включающий название, автора, указание на защиту прав, благодарность автора); содержание книги; предисловие (Preface), включающее подробную характеристику содержания книги; благодарность (Acknowledgements); основная часть, состоящая из 10 глав (Chapter); 6 приложений (Appendix), глоссарий, указатель (Index). Каждый раздел основной части содержит введение (Introduction), подразделы, резюме (Summary), список литературы (References), а также большое количество таблиц и рисунков.

Анализ структуры монографий позволяет сделать вывод о том, что автор англоязычной монографии уделяет больше внимания своей текстовой деятельности: он не только сообщает научную информацию, он рассказывает о том, как получил ее и для чего она нужна. Монография Джоши более четко структурирована, автор больше ориентируется на своего читателя, помогает ему понять структуру и содержание книги.

Следует отметить, что объем англоязычной книги значительно (почти в два раза) больше объема русскоязычной книги за счет, в том числе, большего количества таблиц, приложений, ссылок на источники (ср. один список литературы в конце русскоязычной книги – списки литературы в конце каждой части англоязычной книги), наличия вводных и резюмирующих частей в каждой главе.

Для **лексического наполнения** монографии характерно использование большого количества специальных понятий (*пористость, нефтенасыщенность, проницаемость, объемная глинистость, нефтенасыщенная толщина; drilling technique, horizontal well, cable restraint truck, oil formation, underreamed zone, drill, casing* (техника бурения, горизонтальная скважина, сейсморазведочный кабель, формирование нефти, расширенная зона, дрель, колонна)); четкость формулировок во избежание многозначности. В связи с такой особенностью употребления лексики создается терминологичность – черта, общая практически для всех научных текстов.

Морфологические средства языка монографии также не отличаются от средств научного стиля в целом: используются глаголы в настоящем времени; многие глаголы выступают в роли связок; в русском тексте много отглагольных существительных, причастий и деепричастий; в английском тексте много причастий.

С точки зрения **синтаксиса** текст монографии научно-технического содержания характеризуется конструктивной сложностью, т. к. относится, в первую очередь, к собственно научному, академическому подстилю. Используются сложные и осложненные предложения, пассивные конструкции.

Итак, в результате сопоставительного жанрового анализа научно-технических монографий по геологии на русском и английском языках можно сделать следующие выводы:

- монография на английском языке более эмоциональная, чем монография на русском языке;
- в книге русскоязычного автора больше книжных конструкций;
- англоязычный автор в большей степени ориентируется на читателя, более четко структурируя свой текст, объясняя свои цели и задачи, используя более простой язык.

Результаты проведенного анализа могут лечь в основу дальнейшего рассмотрения жанра научно-технической монографии в аспекте перевода с английского языка на русский.

Список использованных источников

1. Хисамов Р. С. Особенности геологического строения и разработки многопластовых нефтяных месторождений. – Казань: Изд-во «Мониторинг», 1996. – 288 с.
2. Joshi S. D. Horizontal well technology. – Tulsa, OK, U.S.A. – Pennwell Publishing Company, 1991. – 535 p.
3. Баженова Е. А., Котюрова М. П. Жанры научной литературы // Стилистический энциклопедический словарь русского языка / под ред. М. Н. Кожинной. – М.: Флинта: Наука, 2006. – С. 57–67.
4. Сухая Е. В. Функционально-стилистический метод анализа научно-популярных текстов // Вестник МГОУ. Серия «Лингвистика». – 2011. – № 5. – С. 66–70.
5. Ванников Ю. В. Типы научных и технических текстов и их лингвистические особенности (методическое пособие). – Ч. 2. – М., ВЦП, 1985. – 64 с.
6. Котюрова М. П. Об экстралингвистических основаниях смысловой структуры научного текста (Функционально-стилистический аспект). – Красноярск, 1988. – 170 с.
7. Шмелева Т. В. Речевой жанр. Способности описания и применения в преподавании языка // Russistik. Русистика. Научный журнал актуальных проблем преподавания русского языка. – Berlin. – 1990. – № 2. – С. 20–32.

Научный руководитель О. А. Казакова, канд. филол. наук, доцент ТПУ

Чан Тху Нган, студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

E-mail: ngan.hs2n@gmail.com

Chan Thu Ngan

GENRE AND STYLISTIC FEATURES THE POPULAR SCIENTIFIC MAGAZINE ON GEOLOGY (ON RUSSIAN MATERIAL)

In the work, performed within the actual direction of modern linguistics – the theory of speech genres, – comparative research of the scientific and technical monograph on geology in the Russian and English languages is carried out. With a support on the questionnaire of a speech genre lines of similarity and difference in the analyzed texts come to light. The conclusion that the English-speaking author more is guided by the reader in comparison with the Russian-speaking author is drawn.

Keywords: *scientific style, speech genre, monograph, Russian, English.*

Chan Thu Ngan, student

National Research Tomsk Polytechnic University

E-mail: ngan.hs2n@gmail.com

ЭКСПЛИКАЦИЯ ДИСКУРСИВНЫХ ПРИЕМОВ ОРГАНИЗАЦИИ НАУЧНОГО ТЕКСТА НА ОСНОВЕ ТЕКСТОВ АНГЛИСКОГО И РУССКОГО ЯЗЫКОВ

Настоящая статья посвящена экспликации дискурсивных приемов организации научного текста английского и русского языков. Актуальность данного исследования заключается в необходимости решения практических задач научного дискурса. В работе использовались сравнительный и сопоставительный методы исследования. Нами были изучены и проанализированы стилевые и жанровые особенности дискурсивной организации научных текстов. В результате исследования были выявлены и классифицированы методы экспликации дискурсивных приемов организации научного текста.

Ключевые слова: *текст, научный дискурс, коммуникативная стратегия, дискурсивная тактика, дискурсивный прием.*

В современных условиях развития общества отмечается повышенный интерес к научной документации и к науке в целом. Развитие науки всегда предполагает процесс обмена разного рода информацией, называемый научно-технической коммуникацией. В рамках любой коммуникации происходит обмен знаниями и опытом, который зачастую осуществляется посредством письменных текстов. Следовательно, при наличии коммуникации, объединенной определенным институтом, мы можем говорить и о наличии дискурса.

Термин «дискурс» уже давно широко используется в лингвистике, однако до сих пор это понятие является спорным. Четкого и единого определения дискурса, охватывающего все его аспекты, не существует.

Кроме того, в понимании современной лингвистики термин «дискурс» близок по смыслу к понятию «текст», что составляет еще одну трудность.

В данной работе мы, следуя за Е. В. Сидоровым, принимаем дискурс как отдельный акт речевой коммуникации, в процессе которого в социокультурном контексте порождается текст, а текст – как знаковую модель сопряженных коммуникативных деятельностей общающихся как необходимое звено и произведения акта речевой коммуникации в единстве его языковых, деятельностных и прочих свойств [1].

Как утверждает В. И. Карасик, научный дискурс осуществляет разного рода коммуникативные функции, поэтому существуют коммуникативные установки: воздействие на интеллектуальную сферу читателя, осуществление процесса организации знаний, воздействие на систему взглядов и представлений, а также на поведение человека [2].

Для осуществления многих прикладных операций обработки научных текстов в рамках научного дискурса: реферирования, аннотирования – в целом интерпретирования для создания вторичных текстов необходим как анализ терминологии, так и анализ композиционной и синтаксической организации текста.

В соответствии с исследованиями лингвистов, посвященными изучению научного дискурса [2; 3] и характеризующими его особенности, можно отметить, что научный дискурс представляет собой особым образом организованное сообщение или рассуждение, которое имеет определенную взаимосвязанную последовательность дискурсивных стратегий, приемов и тактик [3].

В. И. Карасик утверждает, что данный дискурс имеет свои частные цели:

- определить проблемную ситуацию и выделить предмет изучения,
- проанализировать историю вопроса,
- сформулировать гипотезу и цель исследования,
- обосновать выбор методов и материала исследования,
- построить теоретическую модель предмета изучения,
- изложить результаты наблюдений и эксперимента,
- прокомментировать и обсудить результаты исследования,
- дать экспертную оценку проведенному исследованию,
- определить область практического приложения полученных результатов,
- изложить полученные результаты в форме, приемлемой для специалистов и неспециалистов [2].

Эти цели определяют коммуникативные стратегии научного дискурса. Коммуникативная стратегия, или, иными словами, осуществление коммуникативных целей автора является поэтапным процессом. Эти стратегии можно сгруппировать в следующие классы: выполнение, экспертиза и внедрение исследования в практику [2].

Однако основная стратегия, характерная для любой дискурсивной деятельности, – это стратегия текстовости, которая заключается в создании законченного связного текста [4]. Научный текст имеет свою особенную систему, структуру и композицию. Для того чтобы понять их и распознать, необходимо обратиться к способам организации научного текста.

В качестве основных методов организации текста научного дискурса мы понимаем:

- на лексическом уровне – преобладание слов с абстрактным значением (*интенсивность, factor, notion*), употребление терминов (*прецедентность, полифония, бикультурность, reflection, archetypical concept*);

- на морфологическом уровне в русском языке употребление авторского *мы*, в английском языке, напротив допускается использование местоимения первого лица ед. числа, в русском языке употребление безличных глаголов (*в данной статье рассматриваются вопросы*), в английском – безличных конструкций (*it is known that*);
- на синтаксическом уровне: преобладание сложных предложений, которое объясняется «стремлением к максимальной точности в научном тексте» [2]; активное использование вводных конструкций (*следовательно, как уже говорилось, in regard to, the fact is...*). Следует отметить, что в текстах научного дискурса английского языка наиболее распространенными являются конструкции с прямым порядком слов, в которых традиционно подлежащее предшествует сказуемому.

Кроме того, множество языковых и речевых средств на коммуникативном уровне служат способами реализации коммуникативной цели автора. Тема-рематические цепочки на данном уровне являются ключевым фактором.

Тема-рематическая связь играет огромную роль в структуре научного текста, т. к., как уже говорилось ранее, тексты научного дискурса имеют определенную организацию. Как правило, связь высказываний, обеспечивающая логичность тема-рематической организации текста, осуществляется через так называемые сигналы связи [5], как в русском, так и в английском языке это местоимения, союзы, наречия, местоименно-наречные слова и т. д. (*в связи с этим, также, так; besides, due to*). Например: «Таким образом, А. А. Шахматов предполагает, что семантическая неразложимость словесной группы ведет к ослаблению и даже утрате ею грамматической расчлененности. В связи с семантическим переосмыслением неразложимой словесной группы находится и ее грамматическое преобразование».

На данном уровне организации научного текста необходимо учитывать еще одну специфическую особенность научного текста – его клишированный характер [2].

Каждый прием применяется в одном сегменте текста, который эксплицитно выделяется и реализуется посредством дискурсивных маркеров [3] или опорных слов [6] (*однако, исходя из всего этого, кроме того, действительно; however, by contrast, according to, on the other hand*). Их основное назначение – структурная организация текста, смысловое и логическое связывание текстовых сегментов. Например, в английском языке: «As it happens, a lot of what we believe about the occurrence of action can also be described in the language of dynamic systems theory. There are, *however*, differences of emphasis between our usual view and the dynamic-systems view, which can make the two seem competitors, rather than candidates for merger», «Whether it should be seen as an old model in personality and social psychology is less clear. *On the one hand*, it was argued nearly a half century ago that the cybernetic principle applies to behaviors of interest to personality and social psychologist. *On the other hand*, explicit use of the principle in these areas has been limited. Nonetheless, there are some indications that». В русском: «Проблема, выдвинутая акад. А. А. Шахматовым, нуждается в дальнейшем углублении и тщательном исследовании. *Непосредственно очевидно*, что ее всестороннее освещение будет иметь важные последствия для синтаксиса и фразеологии. *Однако* сама постановка проблемы может быть несколько изменена».

Согласно теории, выдвинутой И. П. Севбо [6], при сквозном прочтении текста его структурно-композиционная организация может быть определена именно по опорным словам, т. к. «семантика текстоорганизующих конструкций отделяется от содержательной информации текста» [6].

В связи с этим возникает потребность унификации и классификации приемов построения текста научного дискурса. Мы придерживаемся типологии, разработанной Е. И. Большаковой и Н. В. Бaeвой, согласно которой основными приемами организации научного текста являются:

- описание, констатация и характеристика;
- конкретизация (уточнение) и добавление информации;
- логические операции и причинно-следственные связи;
- выделение (подчеркивание) информации, актуализация внимания;
- определения и допущения;
- цитирование, иллюстрирование и приведение примеров;
- обобщение и резюмирование (подведение итогов);
- классификация, аналогия и сравнение;
- выражение мнения и оценивание;
- пожелания и рекомендации [3].

Каждому дискурсивному приему может соответствовать в тексте не одно, а несколько последовательных предложений (в общем случае – сверхфразовое единство), соответствующий сегмент текста и является дискурсивным. Некоторые дискурсивные приемы могут использоваться как средство реализации другого приема: например, аргументирование производится при помощи примеров и аналогий [3]: «In crucial respects, the construction of meaning is like the evolution of species. It has coherent principles that operate all the time in an extremely rich mental and cultural world. Partial crossspace mappings, selective projection to the blend, development of emergent structure in the blend are the constitutive principles of conceptual integration. Constitutive principles already place strong constraints on the relevant processes, but additional governing principles limit their scope much further. They characterize strategies for optimizing emergent structure. Often, satisfying one goes part way toward satisfying another, but governing principles also frequently compete with each

other. Governing principles identified to date include: *topology, unpacking, web, integration...*». В данном примере мы наблюдаем, как автор объясняет термин посредством проведения аналогии, плавно переходя к классификации, характеризующей аспекты данного термина, при этом между этими двумя приемами существует связный и логичный текст. Приведем пример из русского текста: «Однако не всякая классификация прецедентных текстов может применяться для исследования ментальных единиц, возникших на основе этих текстов в массовом сознании, т. е. текстовых концептов. *Рассмотрим, например, классификацию, предложенную Е. Г. Ростовской. Ею были выделены следующие пять классов текстов, прецедентных для современной русской культуры: 1) Тексты, возникшие на русской культурной почве... 2) Инокультурные и иноязычные знаменитые тексты... 3) Русские тексты...*». Автор в качестве аргумента проводит аналогию с уже существующей классификацией и приводит ее в пример, при этом два этих приема не существуют отдельно, они связаны между собой логичным текстом, и, как мы видим, дискурсивные маркеры «*рассмотрим, например*» помогают обеспечить логичность высказывания.

В результате сочетания приемов формируется иерархическая структура текста [3], т. к. формируются создаются определенные отношения сегментов, которые связаны между собой. Например: «*Таким образом, индивидуальное сознание (“Картина мира, в которую включен я сам, мои действия и состояния”, по А. Н. Леонтьеву) существует как весьма сложное образование, в строении которого дано единство субъективного и объективного: самонаблюдению доступны чувственная ткань и смысл, внешнему наблюдателю и регистрации доступны биодинамическая ткань и значение. Слои сознания “как бы пронизывает онтологическая вертикаль”, она стоит на фундаменте действия*». В данном примере мы наблюдаем сочетание таких дискурсивных приемов, как обобщение и цитирование, при этом они связаны между собой определенной логической последовательностью. Зачастую подобная иерархическая система может быть сложной, соответственно проследить связь элементов внутри нее не всегда представляется возможным. Именно для упрощения восприятия используются дискурсивные маркеры, в данном случае «*таким образом*» [3]. Исходя из приведенных примеров, мы можем сказать, что как в русских, так и в английских текстах дискурсивные приемы построения текста не применяются автономно, т. к. сегменты текста связаны между собой, что позволяет говорить о структурированности текста. Последовательность и логичность текста помогают обеспечить дискурсивные маркеры.

Несмотря на эксплицитность научного текста, всё же не всегда эксплицитно разграничиваются все этапы и операции построения текста. Однако если читатель без труда восстанавливает или распознает эти этапы по контексту или композиционному строю, это не является проблемой. В противном случае недостаток дискурсивных маркеров создает трудности в понимании текста, т. к. степень неопределенности текста повышается.

Помимо этого, следует отметить еще один немаловажный прием организации научного текста – метод структуризации [3]. К нему относятся: абзацное членение, разбиение на разделы и подразделы, нумерация и рубрикация [3]. К примеру, заголовки разделов и рубрикация в обоих языках выражаются посредством перформативных высказываний (*перейдем, let's turn to, перечислим основные свойства: 1... 2...*). В целом, в текстах научного дискурса присутствует упорядоченность и системность всех средств его организации. Зачастую они выполняют свои функции в тексте, заменяя или сочетаясь друг с другом. Структурированную последовательность всех использованных в тексте дискурсивных приемов принято считать дискурсивно-композиционной структурой научного текста [3].

Таким образом, в ходе исследования были изучены теоретические аспекты и особенности научного дискурса. В ходе проведенного нами анализа в целях выявления и сравнения дискурсивных приемов организации научного текста и их экспликации в русском и английском языках нами были проанализированы научные тексты английского и русского языков на предмет наличия следующих характерных черт создания научного текста: преобладание терминологии и слов с абстрактным значением, преобладание сложных предложений над простыми, активное использование вводных слов и конструкций, использование клише, структурирование текста (абзацное членение, разбиение на разделы и подразделы, нумерация и рубрикация).

Путем сравнительного анализа научных текстов двух языков нами было выявлено, что как в русском, так и в английском языке преобладают слова с абстрактным значением, употребляются термины, кроме того, в связи с преобладанием сложных предложений, активно используются вводные конструкции, языковые клише. Кроме того, как в русском, так и в английском языке сегменты научного текста связаны между собой, при этом многие дискурсивные приемы организации текста могут использоваться как средство реализации другого приема, всё это образует некую иерархическую структуру научного текста, связь элементов которой обеспечивают дискурсивные маркеры.

Список использованных источников

1. Сидоров Е. В. Онтология дискурса. – М.: Изд-во ЛКИ, 2008. – 232 с.
2. Карасик В. И. О категориях дискурса // Языковая личность: социолингвистические и эмотивные аспекты: Сб. науч. тр. – Волгоград – Саратов: Перемена, 1998. – С. 185–197.
3. Большакова Е. И., Баева Н. В. Автоматический анализ дискурсивной структуры научного текста // Компьютерная лингвистика и интеллектуальные технологии: Труды Международной конференции Диалог '2004 / Под ред. И. М. Кобозевой, А. С. Нариньяни, В. П. Селегея – М.: Наука, 2004. – С. 68–73.

4. Фирстова Л. А. Стратегии и тактики создания институционального дискурса (на примере телепублицистики) // Меняющаяся коммуникация в меняющемся мире – 2: сб. ст. – Волгоград: ФГОУ ВПО ВАГС, 2008. – Т. 1. – С. 64–67.
5. Валгина Н. С. Теория текста. – М.: Логос, 2003. – 280 с.
6. Севбо И. П. Сквозной анализ как шаг к структурированию текста // НТИ. – Сер. 2. – 1989. – № 2. – С. 2–9.

Научный руководитель О. С. Потанина, канд. филол. наук, доцент ТПУ

Дмитриева Е. А., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

E-mail: cancan11@mail.ru

Dmitrieva E. A.

EXPLICATION OF THE DISCURSIVE MEANS OF SCIENTIFIC TEXT ORGANIZATION BASED ON THE TEXTS OF RUSSIAN AND ENGLISH LANGUAGES

The article deals with explication of the discursive means of scientific text organization based on the texts of Russian and English languages. The choice of the topic is determined by the need to solve practical problems of scientific discourse. We used comparative methods. We analyzed stylistic and genre features of discursive organization of scientific texts. The study identified and classified explication of the discursive means of the structure of scientific text.

Keywords: *explication, text structure, communicative strategy, scientific discourse, linguistic analysis.*

Dmitrieva E. A., student

National Research Tomsk Polytechnic University

E-mail: cancan11@mail.ru

Ли Чуньянь, Владимирова Т. Л.

ОБРАЗ ЖИТЕЛЯ КИТАЯ В РУССКОЯЗЫЧНОМ ТУРИСТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

Статья посвящена исследованию стереотипных высказываний о жителях Китая в отзывах российских туристов. Актуальность работы обусловлена необходимостью осмысления межкультурного взаимодействия, которое является важным условием формирования позитивных образов стран. Впервые проанализированы отзывы российских туристов с точки зрения языковой репрезентации образа жителя Китая. В результате исследования описаны стереотипные представления образа китайца в русскоязычном туристическом дискурсе, выявлены языковые средства репрезентации, установлены особенности стереотипного восприятия русскими туристами образа китайца.

Ключевые слова: *лингвокультурология, межкультурная коммуникация, туристический дискурс, отзыв туриста, этностереотип, образ китайца.*

В последнее время в отечественной и зарубежной лингвистике активно изучаются разные виды дискурса: оценочный [1], рекламный [2; 3], туристический [4–6] и др. Туристический дискурс уже не раз становился объектом описания (см., например, работы Е. И. Панченко, С. А. Погодаевой, Ф. Л. Косицкой, Н. В. Филатовой и др.). Под туристическим дискурсом понимается речь, реализуемая в институциональных ситуациях общения в предметной области туризма. По словам Ф. Л. Косицкой, «туристический дискурс – это сложноорганизованное дискурсивное образование. Его коммуникативное пространство – это взаимозависимость, взаимодействие, интеракция собственно-туристического, рекламно-туристического, научного, делового, дидактического, правового (законодательного) подвидов туристического дискурса» [4, с. 192].

Цель статьи – описать в лингвокультурологическом аспекте стереотипные представления российских туристов о китайцах, реализованные в туристическом дискурсе. В качестве материала исследования выступают отзывы российских туристов о путешествии в Китай, размещенные на Интернет-сайтах «TURIZM.RU» (<http://www.turizm.ru/china/stories/>), «Тонкости туризма» http://tonkosti.ru/Отзывы_о_Китае, «ОТЗЫВ.Ру» <http://www.otzyv.ru/search.php?c=cn> (орфография и пунктуация авторов отзывов сохранены). Были собраны и проанализированы контексты, репрезентирующие образ жителя Китая (172 контекста). В результате проведенного анализа были выявлены особенности стереотипного восприятия русскими туристами образа жителя Китая.

Вслед за Л. П. Крысиным, под *этностереотипом* мы понимаем стандартное представление, имеющееся у большинства людей, составляющих тот или иной этнос, о людях, входящих в другой или в собственный этнос. Этностереотип тесно связано с понятием «*коннотация*», определяемым как стандартная, устойчивая ассоциация, которую вызывает в языковом сознании носителей языка употребление того или иного слова в данном значении [7, с. 450].

Исследование этностереотипов с позиции лингвистики базируется на основе анализа языкового материала. Именно в языке фиксируются представления о своем и чужом народе в форме культурных констант, вырабатыванию которых способствует этническое сознание и самосознание. Этностереотипы формируются на основе воспроизводимости отрицательных или положительных оценок, частотности их использования (среди представителей данного этноса) и устойчивости во времени. Языковые средства экспликации этностереотипов акцентируют внимание на поведении, внешнем облике, манере одеваться, умении выражать положительные эмоции, эстетических вкусах, национальном характере и др.

Анализ отзывов позволяет говорить о том, что в русскоязычном туристическом дискурсе сформировался устойчивый стереотип о китайской внешности. Наибольшее количество контекстов фиксирует внимание российских туристов на таких признаках внешности, как выражение лица, цвет кожи, особенности фигуры и манера одеваться.

Оценка «чужого», как правило, передается через сопоставление «свой» – «чужой». Оценивая внешность жителей Китая, российские туристы считают, что китайцы не очень красивые, как правило, у них невысокий рост, желтая кожа, черные волосы.

Примеры из отзывов:

Генотип китайцев очень однообразен. Всегда черные волосы, всегда низкий рост, и (для девушек) – всегда маленькая грудь.

Процент некрасивых людей просто огромен. Как-то по фильмам <...> и клипам китаянок не так представляешь. Да и мужчины красотой не блещут.

Еще одной составляющей внешности китайцев, которую отмечают россияне, является большое количество людей, которые носят очки. По сравнению с Россией, процент китайцев в очках очень большой: Здесь много людей в очках, как правило 70 процентов населения носит очки.

Можно назвать две причины плохого зрения у китайцев: во-первых, зрение стало портиться из-за наступления тотальной грамотности. Китайцы стали массово учиться, читать книги, пользоваться Интернетом. Вторая причина близорукости связана с экономией электроэнергии и плохим качеством освещения.

Особое внимание российские туристы обращают на различие в представлениях об эталоне красоты. В частности, это касается цвета кожи. Российские путешественники отмечают, что китайцы не любят загорать, т. к. эталоном красоты считается белая кожа. Если русские предпочитают загорелую кожу, считая, что это красиво, то китайцы (особенно женщины) стремятся обладать белой кожей. Можно объяснить такое противоречие разными климатическими условиями жизни: большую часть года в России холодно, мало солнца, а в Китае, напротив, жаркое лето и дождливый сезон. Китай является крупной сельскохозяйственной страной. Фермеры много работают в поле, особенно в весеннее и летнее время. Таким образом, в Китае цвет кожи является отличительным признаком городских и сельских жителей. Белая кожа характерна для городских жителей, смуглая кожа – для сельских жителей. Примеры:

В отличие от нас, китайцы не любят загорать (относится преимущественно к женщинам). Они любят белую кожу...

<...> бледная кожа считается эталоном красоты, как и европеизированные черты лица.

Девушки ходят с зонтиками для защиты от солнца (для них красиво – это когда совершенно белая кожа).

<...> белый цвет кожи считается в Китае очень модным.

В отзывах российских туристов встречаются оценочные высказывания относительно фигуры китайцев.

Несмотря на то, что китайцы постоянно едят, толстых людей тут не встретить. Все девушки стройные, все мужчины тощие.

Почти все китайские девушки очень маленькие, но в большинстве они очень обаятельные, несмотря на раскосые глаза.

Российские туристы отмечают манеру китайцев одеваться: в повседневной жизни странно одеваются – «кто во что хочет»:

Одеваются все – кто во что хочет. Нередко это кажется странным и даже диким.

<...> на отдыхе, если идет семья, мама, папа и ребенок, то они троим будут одеты в одинаковые костюмчики с цветами, до сих пор эта пестрая картина стоит у меня перед глазами...

<...> среднестатистическая китаянка одета так: кроссовки на толстой подошве, джинсы без изысков, кофта или бадлон <...> Прически простые, обычно хвост.

Толстовки, джинсы (3–4 варианта), кофты большего размера, блузки. Удобно, практично, иногда эстетично, харизматично, временами комично, но, в целом, прилично.

Китайские мужчины не носят зеленые шапки, потому что китайское выражение «зеленая шапка» соответствует русскому «рогоносец».

Интересная особенность. Китайские мужчины не носят шапки зеленого цвета, я не видел. В Китае есть фраза (носить зеленую шапку), она означает что жена или девушка этого мужчины ему изменяет.

Различие китайской и европейской культуры обусловлено многими факторами, например, образом жизни, историей, климатом и др. Понятие физической красоты во многом субъективно, в разных культурах сложились свои представления о красоте. Например, идеалом женской красоты в Древнем Китае считалась

маленькая, хрупкая женщина с крошечными ногами. Известен тот факт, что девочкам туго бинтовали стопу, чтобы нога переставала расти и оставалась маленькой. Главным достоинством мужчины в Китае являлись длинные волосы, которые заплетали в причудливые косы. Таким образом, эталоном красоты в Китае считается маленький нос, бледная кожа, овальное лицо, маленькая стройная фигура. Бледная кожа китайца подчеркивает высокий социальный статус, загорелая кожа говорит о том, что человек много находится на солнце, значит – много работает.

Отзывы российских туристов содержат многочисленные описания особенностей поведения китайцев, в том числе речевого поведения, в которых эксплицируется специфика национального характера.

Среди российских туристов существует стереотип о китайцах, согласно которому китайцы – это люди, любящие сильно шуметь и часто курить, поэтому находиться рядом с ними не очень приятно. Примеры:

Китайцы очень любят большую громкость: они много кричат, много сигналят, много ругаются.

Все время находишься в толпе. Привычка громко разговаривать – практически кричать, при этом интонировать – создает ощущение что голоса звучат у тебя в голове, будто выйдя на улицу заболеваешь шизофренией.

В европейской и русской культуре громкая речь без особой необходимости негативно влияет на имидж человека. В китайской культуре, напротив, приветствуется громкий голос. Согласно Конфуцию, эмоционально напряженный и громкий голос в китайской культуре является знаком величия совершенного человека. Кроме этого, китайцы громко говорят из-за особенности китайского языка. Когда язык тоновый, сложно говорить тихо или шепотом, потому что практически невозможно правильно выразить смысл сказанного. Также в китайской культуре существует устойчивое мнение, что чем громче голос, тем более правым чувствует себя китаец.

Российские туристы отмечают, что культура поведения китайцев за столом очень сильно отличается от русской. Поведение китайцев в общественных местах нередко шокирует российских туристов. Примеры:

<...> я увидела нашего «интеллигентного» китайца, громко прихлебывавшего лапшу доширак и периодически художественно шмыгающего носом. Забавно, но у них так принято: и почавкать не грех, и громко выразить свое одобрение едой смачным причмокиванием.

Кроме неодобрительной оценки, образ китайца получает похвальные и уважительные оценки со стороны русских. Примеры:

<...> очень любят петь. Петь везде и сразу, как только им захочется. Поющего китайца можно увидеть на площади города, в автобусе или просто на улице.

Частые встречи с поющими на улице китайцами очень поднимают настроение.

Хотя бы один раз в жизни Китай нужно увидеть, пообщаться с невероятно доброжелательными и простыми людьми, которые каждый день собираются в городских парках и просто поют и танцуют.

В отзывах российских туристов можно выделить положительную и отрицательную оценку поведения китайцев. В таблице представлена вербализация положительной и отрицательной оценки особенностей поведения китайцев.

Положительная оценка	Отрицательная оценка
<u><...> везде чисто. Ибо гигантская армия дворников убирает всё, чуть ли не в прямом режиме.</u>	<u>Люди здесь чрезвычайно нечистоплотны.</u>
<u><...> в пекинских парках и на площади Небесного Спокойствия Тяньаньмэнь не встретишь никаких бутылок из-под пива или колы, китайцы не мусорят там, где живут и гуляют с детьми.</u>	<u>Абсолютно нормальным является курение в столовых и в коридорах университета, бросание всего себе под ноги, плевание и харкание куда ни попадя.</u>
<u><...> китайцы ведут себя вполне цивилизованно: когда им предъявляли билет с указанным местом, без споров и дышания в лицо перегаром уступали...</u>	<u>В Китае, лет 10–15 назад китайцы курили всегда и везде. Но сейчас правительство всех приструнило и ввело запреты.</u>
<u>Рядом с нашим номером отдыхала китайская пара с двумя маленькими детьми. Они себя так тихо вели, что возникало ощущение, что они вообще отсутствуют (от нас шума стояло уж точно больше).</u>	<u>Они не думают о своем здоровье, курят с детьми на руках, курят в полных лифтах.</u>
<u><...> признавая свою ошибку, китайцы вполне могут быть и вежливыми. Для этого у них есть жест, напоминающий наше козыряние – правая ладонь, обращенная к вам, поднимается где-то на уровень уха.</u>	<u>Более хамоватых людей я тоже не встречал. Пропустить пешехода на переходе, придержать дверь для идущего сзади, не курить кому-то в лицо – о чем вы...</u>

Анализ данных контекстов позволяет говорить о том, что некоторые особенности поведения связаны с традициями. Например, в китайской народной медицине считалось, что глотать мокроту вредно для здоровья

и ее следует сплевывать. Наличие противоположных оценок характерно не только для современных отзывов, но и для фольклора: «анализ фольклорных текстов выявляет, что отношение русских к китайцам было довольно неоднозначным: за образами жителей Срединной империи закреплялись как позитивные, так и негативные коннотации» [8, с. 115].

Несмотря на шумное поведение, китайцы могут быть вежливыми, организованными, например, когда они находятся в другой стране: *<...> а в других странах, они передвигаются исключительно группами, а впереди вожак с флагом их страны.*

В Китае сильны коллективистские традиции, поэтому на «чужой» территории китайцы ведут себя более организованно и сплоченно, демонстрируя атрибуты своего государства. Кроме того, китайцы понимают, что в чужой стране они представляют не только себя, но и всю нацию в целом.

Отличительной особенностью поведения китайцев является боязнь «потерять лицо», российские туристы особо выделяют эту манеру поведения:

Если вам самому когда-нибудь придется выражать свое неудовольствие китайцу-собеседнику, вы вполне можете натолкнуться на неадекватную, казалось бы, для такого случая реакцию – улыбку на его лице, тем более «лучезарную», чем больше вы шумите. Улыбка в данном случае – это выражение страха, страха «потерять лицо».

Страх «потерять лицо» является одним из самых сильных в традиционной китайской ментальности (см.: [9]). Китаец в любой ситуации старается не «потерять лицо», он может улыбнуться или рассмеяться, даже оказавшись в затруднительных обстоятельствах, например, когда не может или не хочет отвечать на неприятный вопрос. Улыбка или смех помогают скрыть смущение в неловкой ситуации.

Современные китайцы ощущают потребность в «лице» и вкладывают в это понятие большой смысл. «Лицо» для них важнее, чем что бы то ни было. К. И. Тертицкий высказывает мысль, что «забота о “лице” другого человека представляет собой нечто большее, чем просто социальную норму, в соответствии с которой каждый старается не затронуть “лицо” другого и в результате сохраняется “лицо” каждого. Не заботиться о чужом лице уже означает причинить в какой-то степени вред своему “лицу”» [10, с. 53].

В отзывах российских туристов уделяется внимание особенностям поведения китайцев на дорогах: китайцы не очень хорошо водят, не соблюдают правил дорожного движения. Такое поведение на дорогах совершенно не понятно русским людям.

<...> такого понятия как ПДД у них просто НЕТ! Единственное, что более-менее соблюдают – так это не ехать на красный свет, но и то не всегда.

Снующие прямо посреди проезжей части велосипедисты и владельцы мотороллеров так и норовят подрезать автобусы и автомобили.

Через дорогу переходили как ниндзи... им вообще по барабану на цвета светофора, на пешеходный переход, на тебя с ребенком...

Дорогу перейти на пешеходном переходе весьма проблематично: вас просто не пропустят ни машины, ни велосипедисты.

<...> ненормальные китайские водители истошно сигналили постоянно (при наличии полупустых дорог).

В Китае проживает больше миллиарда людей, этим объясняется огромный поток машин, которые движутся по специфическим правилам. Поэтому европейцам кажется, что на китайских дорогах не соблюдаются правила дорожного движения.

Среди особенностей поведения российские туристы отмечают, что китайцы часто спорят в ресторане, кто заплатит на угощение: *В заведениях китайцы всегда хотят заплатить за того, кто пришел вместе с ними. По этому поводу зачастую возникают споры, так как все стараются друг другу угодить.*

Китайская традиция взаимоотношений строится на принципе «ты – мне, я – тебе»: ты что-то сделал кому-то, и тебе должны сделать что-то в ответ. В ресторанах не каждый платит за себя, а один – за всех, но в следующий раз платит другой, со временем очередь дойдет до каждого.

Еще одним признаком неевропейского воспитания является бесцеремонность, с которой китайцы разглядывают иностранцев. Примеры:

<...> будьте готовы, что на вас будут смотреть.

<...> я никогда в жизни не чувствовала к себе столько внимания: на нас все оглядывались, тайком фотографировали, дети так вообще пальцем показывали и делали круглые глаза.

<...> удивительно их отношение к иностранцам, как к диким зверям. Смотрят, пытаются сфотографировать тебя исподтишка, сфотографироваться с тобой. Я относилась к этому с юмором: испытаю как живет публичным людям. Но когда в центре Пекина ко мне подошла женщина подергать за волосы – а правда белые волосы могут на голове расти? – чувства юмора не хватило.

Каждый народ имеет собственный национальный характер. К особенностям китайского национального характера можно отнести следующие черты: терпение, внушаемость (перерастающая в фанатизм), дисциплинированность, коллективизм, трудолюбие, гостеприимство, патриотизм, завышенная самооценка, настойчивость и сплоченность. Большинство из перечисленных черт являются положительными (кроме фанатизма и завышенной самооценки).

С точки зрения российских туристов китайцы доброжелательны, общительны, дружелюбны и гостеприимны:

Отличительная манера китайцев это их дружелюбие и гостеприимство.

Китайское гостеприимство – это бренд.

Персонал в отеле внимательный, услужливый, приятный.

Хозяйка отеля приветлива и дружелюбна...

Они забавные и дружелюбные...

Еще один плюс это сами китайцы. Сами по себе местные жители весьма радушны и доброжелательны.

Особенно вам будут рады, когда узнают, что вы из России. Это не сарказм, китайцы искренне считают россиян своими друзьями и также искренне сожалеют о наших потерях связанных с развалом СССР.

Уникальные качества китайцев: отзывчивость, открытость, любознательность.

Поведение китайцев отличает сдержанность, за которой часто скрывается высокая эмоциональность, непосредственность, ранимость: в некоторых контекстах отмечается наивность, добродушие китайцев, поэтому россияне сравнивают их с детьми. Примеры:

С виду китайцы не очень общительны и холодны, но стоит им искренно улыбнуться и завести беседу, как они расплываются в улыбке как дети, на мой взгляд, они даже наивные немного.

Китай, удивительная страна, люди в которой поражают своей разносторонностью и детской наивностью.

Китайцы очень добродушные люди, но только до того момента, пока их не обидят, а обижаются они как маленькие дети.

Другой важной национальной чертой характера является трудолюбие китайцев. В отзывах российских туристов часто встречаются слова «трудолюбие», «трудолюбивый». Примеры:

Китайцы очень трудолюбивый народ и почти не имеют отпусков.

<...> в их языке даже нет чего то похожего на слово «отпуск», есть только что то похожее на английское «holiday».

Китайцы очень трудолюбивы и довольствуются малым.

Многие местные жители вынуждены сверхурочно работать и постоянно экономить, чтобы содержать семью и обеспечивать старость...

Уникальные качества китайцев: трудолюбие и трудоспособность, коллективность, высокая организованность китайцев в деловых отношениях, предприимчивость.

Трудолюбие китайцев связано с тем, что население страны очень большое. Поэтому в Китае очень высокая конкуренция, хорошую работу найти тяжело, а ту, которая приносит материальный достаток, – еще тяжелее. Кроме того, работа для китайца важна, потому что она влияет на статус в обществе.

Обратимся к социологическому исследованию, которое было посвящено изучению мнения о чертах характера китайцев. «На открытый вопрос: “Какие черты характера вам нравятся у китайского населения?” молодежь Читы отдала предпочтение трудолюбию – 101 (33,7 %). Среди русского населения Забайкалья в качестве положительных черт китайцев были выделены такие, как коллективизм (60,7 %) и целеустремленность (54,8 %) <...> Нашим респондентам нравится в китайцах: дружелюбие – 13 (4,3 %), гостеприимство – 9 (3 %), доброжелательность, верность традициям и уважение к ним – по 2,3 %. Привлекают респондентов такие качества характера, как сплоченность, коллективизм, целеустремленность – по 2 %» [11, с. 130].

В отзывах российских туристов встречаются контексты, в которых вербализуется отрицательная оценка некоторых национальных черт характера: лицемерие, обман, навязчивость. Примеры:

Китайцы лицемерны и часто обманывают. Договор для них – пустой звук.

Но везде пытаются надуть. Продавцы обвешивают просто ужасно.

В одном путеводителе прочла, что для китайца не обмануть иностранца – страшное унижение. И в этом они держатся до победного конца.

Но китайские таксисты хитры – если вы застряли в пробке, то он переключит счетчик на работу по времени и тогда юаней может набежать достаточно много.

Китайцы очень хитрые – приспосабливайтесь к общению с ними, не обижайте их.

Со всех сторон лезут зазывалы с буклетами, предлагая обувь и сумки в их магазинчиках. Навязчивы невообразимо – суют свои бумажки прямо под нос, трогают за руки.

Правда, то, насколько они ВСЮДУ и НАГЛО, то есть все и абсолютно без стеснения, лезут без очереди, поразило и меня.

Впаривают там товары нагло, стоит только остановиться – всё, Вы попали! Не хотите покупать, не берите изделие в руки, иначе просто-таки заставят купить.

В Китае активно развивается туристическая индустрия, количество иностранных гостей с каждым годом растет. Зарплата работников туристической сферы напрямую зависит от того, сколько товаров или услуг они продадут туристам, поэтому они вынуждены предлагать их, зачастую это выглядит слишком навязчиво.

Вербализация негативных качеств китайцев в отзывах российских туристов коррелирует с данными социологических исследований: «Среди отмеченных недостатков у китайцев российские респонденты в Забайкалье отметили корыстолюбие (39,4 %), угодничество (37,0 %) и эгоизм (31,5 %). Отвечая на вопрос,

“какие черты характера китайцев вас раздражают”, отмечали назойливость (25 %), наглость (15 %) и некультурность (17 %)» [11, с. 132].

Особого внимания заслуживает анализ контекстов, посвященных китайскому языку. Российские туристы считают, что китайцы говорят только по-китайски, не говорят на других языках, даже английский не знают. Примеры:

Стоит учитывать что 99 % китайцев говорит только на китайском, поэтому будьте готовы что вас никто нигде понимать не будет.

Большой минус – очень небольшой процент обслуживающего персонала понимает по-английски.

<...> без знания китайского языка какие-либо путешествия по городу становятся непростыми.

<...> китайцы не знают английского, не говоря уже о русском.

<...> здесь никто вообще не разговаривает по-английски и понимать нас особо не хочет.

<...> даже улыбающиеся девочки начинают раздражать своим незнанием английского слова вода или соль.

Особое внимание туристы обращают на то, что они могут использовать язык жестов при общении с китайцами. Примеры:

И тут-то впервые столкнулись с языковым барьером – китайцы приветливо улыбаются, слушают и не понимают, иногда даже язык жестов!!!

Но почти всегда находится кто-то способный помочь. Так и в этот раз хозяева кафе кликнули какого-то парня понимающего по-английски и как по мановению волшебной палочки мы получили прекраснейшие яства – пельмени, супы и прочее.

Китайцы сначала посмеялись над нами, потом научили. Язык жестов рулит!

Также очень полезная вещь это маленький калькулятор. Подходишь к продавцу, пальцем в товар тыкаешь, протягиваешь калькулятор...

В отзывах встречаются контексты, в которых описано, что китайцы могут говорить по-английски, например, в Гонконге: *Благо, в Гонконге-то англоговорящего народу полно.*

В Китае действительно мало кто говорит на каком-нибудь языке, кроме китайского. Перечислим причины. В большинстве китайских школ дети изучают английский язык. Страх «потерять лицо», особенно перед иностранцем, приводит к тому, что китайцы предпочитают не говорить по-английски, т. к. стесняются своего произношения. По словам китайцев, английский язык для них очень сложен. И последнее, изучение родного языка отнимает очень много сил, ведь чтобы владеть китайским языком на элементарном уровне, необходимо «знать в лицо» не менее трех тысяч иероглифов! А если ты какого-то иероглифа не знаешь, то просто не сможешь прочитать слово, и по буквам его, как у в русском языке, не составить.

В Китае есть города, например, Пекин, Шанхай, Шэньчжэнь, Гуанчжоу, Гонконг, в которых уровень владения иностранными языками является относительно высоким. В этих городах уровень жизни высокий, много иностранных туристов, поэтому китайская молодежь стремится выучить английский язык, чтобы найти хорошую работу.

Итак, в проанализированных контекстах русскоязычного туристического дискурса вербализация представлений о жителях Китая представлена следующим образом:

1) внешность: однообразный генотип, некрасивые люди, черные волосы, низкий рост, маленькие девушки, очки, бледная кожа, раскосые глаза, небольшой заостренный подбородок, стройные девушки, тощие мужчины, стройные фигуры;

2) манера одеваться: одинаковые костюмчики, пестрая картина, кроссовки, джинсы, кофта, бадлон, толстовки, простые прически, удобно, практично, иногда эстетично, харизматично, временами комично, но, в целом, прилично.

3) поведение: очень эмоциональны, много кричат, много сигналият, много ругаются, громко разговаривают, очень любят петь, просто поют и танцуют, не думают о своем здоровье, курят с детьми на руках, курят в полных лифтах, страх «потерять лицо», европейцу не понять, все стараются друг другу угодить;

4) характер: дружелюбие и гостеприимство, забавные и дружелюбные, радушны и доброжелательны, отзывчивость, открытость, любознательность, наивные немного, обязательно помогут, подскажут, трудолюбивый народ, коллективность, высокая организованность, предприимчивость, часто обманывают, очень хитрые, навязчивы невообразимо;

5) язык: не знают английского, очень мало кто говорит на русском, трудно объясняться, никто понимать нас особо не хочет, столкнулись с языковым барьером, слушают и не понимают, язык жестов.

Анализ отзывов российских туристов позволил прийти к выводу, что в экспликации этнических стереотипов китайцев участвует комплекс языковых средств:

– на лексическом уровне используется разговорная лексика, эмотивная лексика с оценочным значением, фразеологизмы;

– на морфологическом уровне характерно употребление оценочных прилагательных, местоимений, наречий, частиц, вводных слов;

– на синтаксическом уровне отмечается употребление сравнительных конструкций и восклицательных предложений.

Таким образом, отзывы российских туристов о жителях Китая, размещенные на различных сайтах, выполняют, с одной стороны, рекламную функцию различных туров в Китай, а с другой – ознакомительную функцию. Российские путешественники, собирающиеся в Китай, имеют возможность узнать стереотипные представления о жителях Китая. Это позволяет лучше ориентироваться в картине мира, в культурной специфике, что необходимо для достижения взаимопонимания между народами в диалоге культур.

Образ жителя Китая в русскоязычном туристическом дискурсе в целом имеет положительные характеристики: благосклонно относятся к иностранным путешественникам, в том числе к россиянам, готовы всегда прийти им на помощь, это доброжелательный, гостеприимный, любознательный, трудолюбивый народ.

Список использованных источников

1. Миронова Н. Н. Структура оценочного дискурса: дис. ... д-ра филол. наук. – М., 1998. – 378 с.
2. Медведева Е. В. Рекламный текст как переводческая проблема // Вестник Москов. ун-та. – Сер. 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2003. – № 4. – С. 23–42.
3. Тюленева Н. А. Лингвокогнитивные стратегии позиционирования и продвижения туристических услуг в российской и англо-американской рекламе: дис. ... канд. филол. наук. – Омск, 2008. – 269 с.
4. Косицкая Ф. Л. Жанровая палитра французского туристического дискурса // Вестник Том. гос. пед. ун-та. – 2013. – № 3 (131). – С. 192–194.
5. Семина А. В. Лексические и стилистические особенности в туристическом дискурсе англоязычных и русскоязычных текстов // III Общероссийская студенческая электронная научная конференция «СТУДЕНЧЕСКИЙ НАУЧНЫЙ ФОРУМ 2011». 15–20 февраля 2011 года. URL: <http://rae.ru/forum2011/54> (дата обращения: 15.05.2015).
6. Филатова Н. В. Туристический дискурс в ряду смежных дискурсов: гибридизация или полифония? // Вестник МГОУ. – Серия «Лингвистика». – 2012. – № 3. – С. 41–46.
7. Крысин Л. П. Этностереотипы в современном языковом сознании: к постановке проблемы // Философские и лингвокультурологические проблемы толерантности. – М., 2005. – С. 450–455.
8. Дябкин И. А. Представление о Китае и китайцах в дальневосточном фольклоре // Визуальное и вербальное в народной культуре: тезисы и материалы Междунар. школы-конференции–2013. – М.: РГГУ, 2013. – С. 115–118.
9. Баженов Г. А. «Лицо» как базовый концепт концептосферы китайского языка // Общество и государство в Китае: XXXIX научная конференция. – М., 2009. – С. 262–265.
10. Тертицкий К. И. Китайцы: Традиционные ценности в современном мире. – М., 1994. – 347 с.
11. Алагуева Т. Т., Васильева К. К., Островский А. В. Образ россиян в глазах китайцев и образ китайцев в глазах россиян на сопредельной территории // Проблемы Дальнего Востока. – 2007. – № 4. – С. 126–134.

Ли Чуньянь, студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

E-mail: 540023638@qq.com

Владимирова Т. Л., канд. филол. наук, доцент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

E-mail: tatvlad@tpu.ru

Li Chunyan, Vladimirova T. L.

THE IMAGE OF THE CHINESE HABITANT IN THE RUSSIAN-SPEAKING TOURIST DISCOURSE

The paper is devoted to the research of stereotype statements about the habitants of China in the Russian tourists reviews. Actuality of work is determined by the necessity of interpretation of cross-cultural co-operation that is the important condition of forming of positive characters of countries. The reviews of the Russian tourists are analyzed from the point of view of language representation of character of China habitant for the first time. As a result of research stereotype presentations of character of Chinese are analyzed in Russian-speaking tourist discourse, the language means of representation are deduced, the features of stereotype perception are set by the Russian tourists of character of Chinese.

Keywords: *cultural linguistics, cross-cultural communication, tourist discourse, tourist review, ethnic stereotypes, the image of Chinese.*

Vladimirova T. L., PhD in Philology, Associate Professor

National Research Tomsk Polytechnic University

E-mail: tatvlad@tpu.ru

Li Chunyan, student

National Research Tomsk Polytechnic University

E-mail: 540023638@qq.com

ВИДЕОИГРА КАК ЖАНР КОМПЬЮТЕРНОГО ДИСКУРСА (НА МАТЕРИАЛЕ СЕРИИ ИГР «THE LORD OF THE RINGS»)

Актуальность исследования определяется недостаточной изученностью жанровой специфики динамично развивающегося жанра видеоигры и отсутствием релевантной теоретической базы. Цель данного исследования – выявить особенности жанра видеоигры на материале серии игр «The Lord of the Rings». В исследовании были применены методы анализа речевого жанра, сплошной выборки, стилистического анализа, контекстуального анализа и экстралингвистического анализа. Специфическими чертами жанра ролевой игры явились особые коммуникативная цель, образ автора, образ адресата, диктум, фактор прошлого, фактор будущего и формальная организация, сохранение которых при переводе видеоигр является приоритетной задачей переводчика.

Ключевые слова: дискурс, компьютерный дискурс, речевой жанр, жанр видеоигры, жанровая специфика.

На сегодняшний день информационные технологии являются неотъемлемой частью практически всех отраслей жизни человека. Каждый день всё большее количество людей задействуют в своей деятельности программное обеспечение, и одним из самых популярных его видов стала видеоигра.

Как и в любой другой сфере, в индустрии видеоигр существуют свои корпоративные гиганты: Electronic Arts, Blizzard Entertainment, Valve и др., большинство которых базируются в США, где в 2011 г. производство видеоигр было признано видом искусства Национальной программой поддержки искусства (National Endowment for the Arts). Этот факт отображает то, что видеоигры становятся всё более распространенным и востребованным продуктом сферы информационных технологий как в области развлечений, так и в образовательном контексте. Таким образом, перед исследователями, специализирующимися в речевых жанрах – относительно устойчивых тематических, композиционных и стилистических типах высказываний или текстов [1], встает задача определения видеоигры как жанра и описания ее жанровых особенностей, и для решения этой задачи следует определить понятия «дискурс» и «компьютерный дискурс».

Термин «дискурс» в последние годы очень активно фигурирует в рамках самых разных сфер деятельности человека. Наравне с отсутствием общепринятого определения этого явления, этот факт указывает на то, что дискурс – многогранное явление, вследствие чего оно является предметом междисциплинарного изучения. Логично, что представители каждой научной дисциплины подходят к пониманию данного термина по-своему.

Изначально термин «дискурс» был исключительно философским. Так, в истории классической философии понятие использовалось для описания последовательного перехода от одного дискретного шага к другому; дискурсивное мышление противопоставлялось интуитивному на основе последовательности и логичности. Позднее (в современной французской философии постмодернизма), дискурс стал пониматься как характеристика тех или иных ментальностей и идеологий, которые выражены в связном, целом и погруженном в жизнь тексте. Последнее определение логично подводит к интересующей нас стороне понятия «дискурс».

В лингвистическом аспекте термин пришел в употребление в начале 1970-х гг., и ныне дискурс понимается как комплексное единство языковой практики и экстралингвистических явлений; последние критически важны для понимания речевого произведения, т. к. они предоставляют сведения об участниках коммуникации, их целях и условиях передачи сообщения. Однако и в этом случае единства мнений по определению дискурса не существует. Так, по определению В. И. Карасика, дискурс является текстом, погруженным в ситуацию общения, допускающим «множество измерений» и взаимодополняющих подходов в изучении, в том числе прагмалингвистический, психолингвистический, структурно-лингвистический, лингвокультурный, социоллингвистический [2]. Среди иных определений дискурса, выдвинутых в рамках когнитивно-дискурсивной парадигмы, следует отметить видение дискурса М. А. К. Хэллидея, который рассмотрел его через триаду «поле (field) – направление (tenor) – модус (mode)», определив его как функционирующий в контексте культуры и ситуации текст [3].

Изучив различные точки зрения исследователей на проблему, мы, вслед за Н. Д. Арутюновой, определяем дискурс как текст (т. е. любое речевое произведение, заверщенное семантически и грамматически) вместе с экстралингвистическими (прагматическими, социокультурными, психологическими и др.) факторами ввиду емкости и логичности понимания термина, сформулированного данным автором [4].

Ученые предприняли множество попыток систематизировать изучение дискурса – например, такие исследователи, как Т. А. ван Дейк [5], М. В. Беляков [6] и др. Количество подходов на сегодняшний день настолько велико, что выделить одну классификацию, которой бы придерживалась хотя бы большая часть лингвистов, не представляется возможным. Положение также осложнено тем, что сейчас эта область лингвистики весьма популярна и динамично развивается, постоянно формируя всё новые варианты решения актуальных вопросов языкознания. В рамках данного исследования нами была рассмотрена классификация Е. Н. Галичкиной [7], которая разграничивает четыре подхода к определению и изучению дискурса, выделяя:

- 1) коммуникативный подход;
- 2) структурно-синтаксический подход;
- 3) структурно-стилистический подход;

4) социально-прагматический подход.

Структурно-синтаксический и структурно-стилистический подходы ограничены и не учитывают релевантные для данного исследования аспекты, такие как коммуникативная ситуация и контекст. Социально-прагматический подход, в свою очередь, не акцентирован на коммуникативном акте, также представляющем особую важность для данного исследования. Коммуникативный же подход направлен на изучение дискурса с точки зрения теории коммуникации; при применении данного подхода внимание обращается на все важные элементы коммуникативного акта: на код, ситуацию, источник (адресанта), рецептора (адресата). Для анализа жанровых особенностей видеоигры необходимо учитывать коммуникативную ситуацию, т. к. коммуникативная ситуация является центральной составляющей характеристики любого речевого жанра. Таким образом, в рамках данного исследования был применен коммуникативный подход к изучению дискурса.

Как и в случае с понятием дискурса, общепринятого понимания термина «компьютерный дискурс» не существует, однако представляется возможным выделить наиболее распространенное понимание этого понятия. Так, в большом количестве работ российских лингвистов компьютерный дискурс определяется как «многожанровая функциональная разновидность монологической и диалогической речи, порождаемая в процессе компьютерного общения» [7].

Большинство исследователей выделяют следующие конститутивные признаки компьютерного дискурса.

1. Иллокутивность. По Д. Остину, который ввел понятие «иллокутивность», иллокутивный акт – это реализация коммуникативного намерения говорящего [8]. Иллокутивность компьютерного дискурса – это направленность на реализацию компьютерного намерения участников компьютерной коммуникации.
2. Цифровой канал передачи сигнала. Канал передачи сигнала компьютерного дискурса специфичен: им является компьютер, а именно цифровой сигнал, посредством которого передается информация, т. е. данные.
3. Дистантность. Под дистантностью компьютерного дискурса подразумевается нахождение коммуникантов на значительном расстоянии друг от друга и опосредованность их общения компьютером.
4. Анонимность. Данное свойство компьютерного дискурса характеризуется принципиальной анонимностью информации. Действительно, часто наличие посредника-компьютера приводит к частичной или полной анонимности коммуникантов.
5. Практическая непосредственность, или сетевая структура. Данная особенность включает в себе возможность для коммуникантов быть участниками общения посредством компьютера и обмениваться информацией независимо от социальных, экономических и политических факторов.
6. Гипертекстуальность. Для компьютерного дискурса характерно наличие гипертекста – «текста, устроенного таким образом, что он превращается в систему, иерархию текстов, одновременно составляя единство и множество текстов» [9]. Таким образом, гипертекст есть метод взаимосвязи одних данных с другими.
7. Мультимедийность. Под мультимедийностью понимается использование таких элементов, как аудио- и видеосопровождение, всевозможные графические элементы и их комбинации, а в некоторых случаях и их взаимодействие с текстом. Сюда же относятся так называемые креолизованные тексты. С точки зрения лингвистики текста, креолизованные тексты – это «особый лингвовизуальный феномен, текст, в котором вербальный и изобразительный компоненты образуют одно визуальное, структурное, смысловое и функциональное целое, обеспечивающее его комплексное прагматическое воздействие на адресата» [10].
8. Устно-письменный характер коммуникации. Во-первых, эта особенность подразумевает применение как устной, так и письменной форм речи; во-вторых, данное свойство компьютерного дискурса говорит о единстве устной и письменной речи.

Таким образом, наличие и взаимосвязь конститутивных признаков позволяют утверждать, что компьютерный дискурс действительно является дискурсивной единицей, из чего в свою очередь следует то, что компьютерный дискурс также обладает присущими всем видам дискурса свойствами. Так, например, компьютерному дискурсу, как и политическому, военному, религиозному и другим видам дискурса, присуще жанровое разнообразие.

Итак, как и любой вид дискурса, компьютерный дискурс обладает собственной классификацией речевых жанров. По Т. В. Шмелевой, «каждая речевая сфера вырабатывает собственный репертуар речевых жанров, язык же в целом располагает номенклатурой речевых жанров, филологическое описание которых необходимо для исследования и описания закономерностей речевого общения» [11], из чего можно сделать вывод о том, насколько важную роль играет речевой жанр для языка в целом и для компьютерного дискурса в частности.

Логично, что не существует однозначной жанровой классификации компьютерного дискурса ввиду «молодости» этого языкового явления и высоких темпов его развития и изменения, что обусловлено не менее быстрым развитием информационных технологий. Таким образом, при изучении взглядов различных исследователей на жанровую классификацию компьютерного дискурса неизбежно столкновение с

плюрализмом мнений и подходов к решению данного вопроса. Так, например, Ф. О. Смирнов выделяет такие жанры, как чат, блог, электронная почта и др., основываясь на степени интерактивности коммуникации [12]. Однако автор данной классификации, как и некоторые другие лингвисты, принимает за компьютерный дискурс явление, которое в ряде других трудов фигурирует как «интернет-дискурс» – общение в компьютерных сетях. Более широкий взгляд на жанры компьютерного дискурса представлен в классификации Е. Н. Галичкиной, которая выделяет следующие типы жанров компьютерного дискурса:

- 1) профессионально ориентированные жанры (жанры научной речи в сфере информатики (как письменные, так и устные), жанр ограниченной гарантии);
- 2) социально ориентированные жанры (научно-популярные жанры, тексты СМИ, критические статьи, жанр рекламной рецензии, рекламы);
- 3) жанры технической поддержки пользователей (жанр спецификации, инструкции, рекомендации по устранению неполадок и т. п.) [13].

Очевидным преимуществом этой классификации является широкий угол рассмотрения спектра жанров: Е. Н. Галичкина учитывает устные и письменные жанры, жанры, общие для научной сферы, и жанры, характерные лишь для компьютерного дискурса. Таким образом, данная классификация систематизирует компьютерный дискурс как единое целое, уделяя внимание самым разным его аспектам и жанрам. Именно интегральность и детализированность жанровой классификации Е. Н. Галичкиной стали ключевыми факторами при выделении ее как основной и наиболее релевантной для данного исследования.

В данном исследовании предлагается считать видеоигру социально ориентированным жанром компьютерного дискурса на основании того, что данный продукт сферы высоких технологий предназначен для развития, образования и времяпрепровождения пользователей. Однако перед этим следует убедиться в статусе видеоигры как речевого жанра.

Для решения этой задачи в рамках данного исследования был применен метод анализа речевого жанра по схеме Т. В. Шмелевой.

Так, по Т. В. Шмелевой, «создать описание РЖ (речевого жанра) возможно, если будут выработаны общие основания для изучения всех жанров» [11]. В своем исследовании Т. В. Шмелева вводит так называемые жанрообразующие признаки, проанализировав которые исследователь может подробнее изучить тот или иной речевой жанр, а также сравнить речевые жанры между собой. Назовем данные признаки.

1. Коммуникативная цель создания данного жанра. Данное понятие реализуется в следующих своих типах:

- информативная,
- оценочная,
- императивная,
- ритуальная.

2. Образ автора. Данное явление выражает позицию автора по отношению к адресату речевого произведения и представляется критериями типами, как:

- полномочия,
- авторитет,
- информированность,
- заинтересованность и др.

3. Образ адресата. Настоящая категория характеристики речевого жанра существует в форме нижеперечисленных категорий:

- возможность,
- необходимость,
- интерес и др.

4. Диктум. Под диктумом понимается событийная основа высказывания, которая является неотъемлемой частью любого речевого произведения, в связи с чем данная категория стала одним из конститутивных признаков речевого жанра в работах Т. В. Шмелевой.

5. Фактор прошлого. Данный признак речевого жанра определяется наличием событий, предшествующих коммуникации. Настоящая категория речевого жанра представляет особую значимость ввиду того, что она вводит в речевое произведение событийность, которая зачастую является определяющим фактором в анализе речевого произведения, а зачастую детерминирует само его существование.

6. Фактор будущего. Данная категория жанра заключается в результативности коммуникации, которая нередко представляет особую ценность для некоторых жанров (например, жанр инструкции) и, несомненно, должна являться одним из конститутивных признаков любого речевого жанра.

7. Формальная организация. Каждый речевой жанр характеризуется рядом грамматических и лексических особенностей, и их описание и анализ позволяют сформулировать ключевые собственно языковые особенности, присущие жанру, что, в свою очередь, облегчает определение жанра данного речевого произведения (например, жанр делового письма).

Предполагается, что предложенный Т. В. Шмелевой план анализа позволяет в должной мере сформулировать и сопоставить специфику тех или иных речевых жанров, поскольку охватывает неотъемлемые жанрообразующие черты любого текста, в том числе текста компьютерного дискурса.

Говоря о видеоигре как жанре компьютерного дискурса, необходимо помнить о ее новизне и специфичности, присущей как компьютерному дискурсу в целом, так и видеоигре в частности. Анализ речевого жанра, примененный в данном исследовании, позволил сделать следующие заключения о настоящем жанре.

1. Коммуникативная цель: в зависимости от вида игры (например, обучающая видеоигра, ролевая, стратегическая) ее коммуникативная цель может варьироваться и быть обучающей, развлекательной или др.
2. Образ автора: в любой видеоигре автор предстает создателем, регулятором или гидом по виртуальному пространству игры либо непосредственно, либо под видом одного из персонажей игры (что особенно часто наблюдается на начальных этапах игры, когда пользователю требуется введение в его возможности и цели в рамках игры).
3. Образ адресата: пользователь в любой видеоигре есть участник процесса прохождения игры, который имеет свои цели и задачи, разнящиеся от одного вида игр к другому, но это неизменно главный герой действия, разворачивающегося в видеоигре.
4. Диктум: событийная основа коммуникации автора и адресата, как правило, заключается в желании пользователя вступить в игровой процесс и достигнуть поставленных целей средствами, которые будут ему предоставлены автором в виртуальной реальности.
5. Фактор прошлого: настоящая категория речевого жанра в случае с видеоигрой опирается на приобретение пользователем продукта производителя видеоигр и его заинтересованность во вступлении в игровой процесс.
6. Фактор будущего: любая видеоигра, будь то игра, обладающая сюжетной линией (например, обучающая видеоигра) или не имеющая таковой (видеоигра-симулятор), в определенный момент исчерпывает себя для пользователя, за чем следует либо логическое завершение коммуникации, либо ее продолжение в последующих, обновленных версиях игры или других продуктах производителя.
7. Формальная организация: собственно языковые особенности текстов видеоигр варьируются в зависимости от их сюжета и вида; общим является наличие стилистического единства текстов видеоигры. Подобный прием позволяет добиться создания определенной атмосферы той или иной реальности или эпохи. Так, например, тексты игр, действие в которых разворачивается в Средневековье, изобилуют архаизмами; спортивные или обучающие симуляторы – специфической терминологией и т. д.

Наличие всех перечисленных выше признаков видеоигры позволяет заявить, что видеоигра действительно является полноценным речевым жанром компьютерного дискурса. Помимо конститутивных признаков, которыми обладает жанр видеоигры, представляется возможным выделить такую особенность, как наличие определенного набора разновидностей жанра, которые, оставаясь в рамках того или иного жанра, характеризуются определенными различиями по некоторым жанровым конститутивным признакам.

Возвращаясь к видеоигре как продукту информационных технологий, необходимо подчеркнуть то, что с развитием игровой индустрии видеоигры стали разнообразнее и сложнее. Подобно литературе, кинематографу и многим другим видам искусства, видеоигры подразделяются на виды, которые отличаются друг от друга целями, стоящими перед игроком, и средой, в которую помещается пользователь или его персонаж. Так, в одном из выпусков известного в сфере видеоигр издания «Игромания» была опубликована статья, автор которой утверждал, что строгой и общепринятой классификации видеоигр не существует, однако, по его словам, «существует консенсус, к которому пришли разработчики игр» [14]. Итак, видеоигры представлены следующими разновидностями:

- 1) action или «экшен» («шутеры», «файтинги», аркады и «стелс-экшен»),
- 2) симуляторы, менеджеры (технические, аркадные, спортивные, экономические),
- 3) стратегические видеоигры,
- 4) приключения,
- 5) музыкальные видеоигры,
- 6) ролевые видеоигры,
- 7) логические видеоигры, головоломки,
- 8) традиционные и настольные видеоигры,
- 9) текстовые видеоигры.

Как сказано выше, виды видеоигр различаются по некоторым признакам, оставаясь при этом в рамках жанра видеоигры. Так, видеоигра-симулятор будет отличаться от видеоигры-головоломки по ряду признаков (например, таких, как коммуникативная цель, образ адресата, диктум).

В рамках данного исследования были рассмотрены ролевые видеоигры. Подобный выбор материала для изучения обоснован особой популярностью указанных видов видеоигр: так, ролевая онлайн-игра «World of War Craft» зарегистрирована в книге рекордов Гиннеса как самая популярная видеоигра в истории [15].

Итак, ролевая игра есть игра обучающего или развлекательного назначения, ее участники действуют в рамках выбранных ими ролей, руководствуясь характером своей роли и внутренней логикой среды действия. Действия участников игры считаются успешными или нет в соответствии с принятыми правилами. Игроки могут свободно импровизировать в рамках выбранных правил, определяя направление и исход игры [16].

Говоря о ролевой игре в контексте видеоигр, следует подчеркнуть тот факт, что данный жанр видеоигр характеризуется управлением игроком одним или несколькими персонажами, каждый из которых описан набором численных характеристик, списком способностей и умений, а иногда и более сложными свойствами, например, темпераментом. Через подобные атрибуты реализуется суть ролевой игры как вида деятельности человека, с тем лишь отличием, что в случае с видеоигрой правила и ограничения устанавливаются разработчиками этой игры. В ходе игры пользователю предлагается задействовать своего персонажа в различных видах игровой деятельности (выполнение заданий, сражения с другими персонажами игры (как управляемыми другими пользователями, так и нет), поиск предметов и локаций и др.), результатом которой становится рост показателей, влияющих на эффективность персонажа (сила, ловкость). Такого роста добиваются приобретением различных предметов (например, одежды), приданием персонажу определенных свойств (аура, эффект, благословение) или непосредственным ростом таких показателей. Другие персонажи видеоигры могут как вступать в сотрудничество с пользователем, так и препятствовать ему теми или иными способами. Развитие персонажа ограничено, но подобные ограничения расширяются с каждой новой версией видеоигры, т. е. игровой процесс подобной игры может быть бесконечен.

Ролевая игра, как и любой другой речевой жанр, обладает определенными отличительными чертами, совокупность которых есть жанровая специфика. Логично, что жанровая специфика представляется одним из важнейших аспектов изучения любого речевого жанра. Данное утверждение особенно справедливо в отношении тех жанров, которые зародились относительно недавно и поэтому требуют изучения, описания и систематизации. Таким образом, задача выявления жанровой спецификации жанров компьютерного дискурса (в том числе жанра видеоигры) является одним из актуальных направлений исследований современного языкознания.

Для выявления жанровой спецификации жанра ролевой были проанализированы 50 выдержек из диалогов персонажей ролевых видеоигр серии «The Lord of the Rings». Для анализа материала исследования была применена схема анализа речевого жанра Т. В. Шмелевой с целью выявления соответствий и общих тенденций, которые будут считаться специфическими чертами данного речевого жанра.

Пример 1:

Jon Brackenbrook: «The battle was great, but in the end we defeated our fair share of the brigands. Unfortunately, some good men lost their lives in the struggle and yet remain unburied. It would be to our shame if their bodies were dishonoured by wild beasts.

I would ask this one last favour of you: seek out those who remain unburied and inter them with honour. Dirk Mudbrick fell at the sheep-farm south-west of Archet, Nate Whisperwood died defending the Hunter's Lodge, and Cal Sprigley's farmhand – Wil Wheatley – perished in battle just to the west of Bronwe's Folly.»

Джон Орляк: «Жители Арчета встали на защиту города все как один. Битва была страшной, и все-таки нам удалось одолеть разбойников.

Но много смельчаков погибло, и их тела всё еще не преданы земле. Мы не можем бросить их на растерзание диким зверям.

Прошу тебя о последнем одолжении: найди непогребенные тела и с честью похорони их. Дирк Кирпиччин погиб, защищая ферму к юго-западу от Арчета. Нейт Древошест пал в бою за охотничий домик, а Вил Пшеничкинс, работник фермера Ростокса, был убит к западу от павильона Бронве».

1. Коммуникативная цель: информативная, императивная (данный персонаж вводит пользователя в курс последних событий и обращается к нему с просьбой по итогам повествования).
2. Образ автора в данном отрывке представлен одним из запрограммированных персонажей, который обращается с данным высказыванием к персонажу в определенный момент игры и дает пользователю данное задание.
3. Образ адресата – персонаж, управляемый пользователем, обращающийся к запрограммированному персонажу.
4. Диктум в данном отрывке раскрывается в нахождении персонажа игрока в определенном месте в определенный момент его развития. Без данных условий подобный диалог состояться не может (игрок должен быть как минимум на 10-м уровне).
5. Фактор прошлого заключается в преодолении персонажем пользователя определенных препятствий, предшествующих данному диалогу, в выполнении персонажем предыдущих заданий.
6. Фактор будущего: после того, как *Джон Орляк* обратится к персонажу с вышеуказанными словами, видеоигра сосредоточит внимание пользователя на выполнении данного задания (путем исчезновения всех указателей на карте за исключением обозначений объектов, необходимых для выполнения задания – в данном случае, тел павших воинов).
7. Формальная организация: особенностью данного отрывка является художественный стиль, который придает коммуникации атмосферу торжественности и является элементом антуража Средневековья. Период времени, актуальный для сюжета игры, схож с данным периодом истории, т. е. стиль является обязательным элементом сюжета игры. В русском варианте текста употреблены сравнения (*все, как один*), синтаксический параллелизм был использован в обеих

версиях (Dirk Mudbrick fell at the sheep-farm south-west of Archet, Nate Whisperwood died defending the Hunter's Lodge, and Cal Sprigley's farmhand – Wil Wheatley – perished in battle just to the west of Bronwe's Folly. – Дирк Кирпиччин погиб, защищая ферму к юго-западу от Арчета. Нейт Древошелест пал в бою за охотничий домик, а Вил Пиеничкин, работник фермера Ростокса, был убит к западу от павильона Бронве).

Пример 2:

Mundo: «This is outrageous! I will not be satisfied until I receive compensation for my treatment at the hands of those Blackwolds. I have been most ill-used, and it is more than any hobbit would stand!»

A Sackville-Baggins should be able to travel throughout the Shire and even into Bree-land, if he wishes it, without danger of being abducted! And when a Sackville-Baggins is promised gold, he had better receive some gold when the whole thing is done with – it is only fair!»

Мундо: «Просто возмутительно! Я не успокоюсь, пока не получу возмещение за то, что мне пришлось вытерпеть от этих чернопустынников! Со мной обращались самым жестоким образом! Другой хоббит на моем месте бы просто умер!

Если Лякошель-Торбинсы хотят путешествовать через весь Шир и даже до самого Бри, они должны путешествовать через весь Шир и даже до самого Бри – без боязни попасть в лапы к разбойникам! А когда Лякошель-Торбинсу обещают золото, он должен получить это золото. Вот это будет по справедливости!»

1. Коммуникативная цель: эмотивная, информативная. Данный персонаж обращается к пользователю, чтобы высказать свое отношение к недавним событиям, и отрывочно повествует об этих событиях.
2. Образ автора в данном отрывке представлен одним из запрограммированных персонажей, который обращается с данным высказыванием к персонажу в определенный момент игры и влияет на игровой процесс (за данным высказыванием следует поединок персонажей).
3. Образ адресата – персонаж, управляемый пользователем, попадающий в поле зрения говорящего и становящийся его собеседником.
4. Диктум в данном отрывке раскрывается в нахождении персонажа игрока в определенном месте в определенный момент его развития. Без данных условий указанный диалог состояться не может (персонаж пользователя должен принадлежать к гильдии разбойников и быть как минимум на 15-м уровне).
5. Фактор прошлого заключается в выполнении персонажем пользователя предыдущего задания, логическим продолжением которого является данное обращение.
6. Фактор будущего: после того как Мундо Лякошель-Торбинс обратится к персонажу с вышеуказанными словами, персонаж пользователя автоматически перейдет в режим боя и начнет поединок с вышеуказанным персонажем.
7. Формальная организация: особенностью данного отрывка является интенсивная эмоциональная окрашенность (обилие восклицательных предложений, стилистически окрашенная лексика: *outrageous, возмутительно; I have been most ill-used, and it is more than any hobbit would stand! Другой хоббит на моем месте бы просто умер!*

Пример 3:

Toradan: «The man who came through the village – he reminded me of Amdir in his behaviour – said he was looking for the “Hero of Archet.” I can only assume that he spoke of you!

He said the matter was most urgent, and that if I saw you, I was to direct you to The Comb and Wattle Inn, where he will be waiting for you. The Comb and Wattle is in the centre of Combe to the south.

He seemed most grim to me. I would travel to Combe immediately and speak with the innkeeper, Lizbeth Honeymeade. She should know where to find this man.»

Торадан: «Сюда приходил один человек – он здорово напомнил мне Амдира. Он сказал, что ищет “героя Арчета”. Уж не тебя ли он имел в виду?

Он сказал, что дело не терпит, и попросил передать, что будет ждать в таверне “Гребешок и борода” – это в Овражках, на юге.

Тон у него был самый серьезный. Я бы на твоём месте поспешил в Овражки и поговорил с хозяйкой таверны, Лизбет Медовокс. Она, поди, скажет, в какой комнате он остановился».

1. Коммуникативная цель: информативная. Персонаж по имени Торадан поддерживает дружеские отношения с персонажем пользователя и желает сообщить ему полученную информацию с тем, чтобы проинформировать его о событиях, касающихся его.
2. Образ автора в данном отрывке представлен одним из запрограммированных персонажей, который обращается с данным высказыванием к персонажу в определенный момент игры и предоставляет пользователю данные сведения.

3. Образ адресата – персонаж, управляемый пользователем, обращающийся к запрограммированному персонажу.
4. Диктум в данном отрывке раскрывается в нахождении персонажа игрока в определенном месте в определенный момент его развития. Без данных условий подобный диалог состояться не может (игрок должен быть как минимум на 10-м уровне).
5. Фактор прошлого заключается в преодолении персонажем пользователя определенных препятствий, предшествующих данному диалогу, в выполнении персонажем предыдущих заданий.
6. Фактор будущего: после того, как *Торадан* обратится к персонажу пользователя с вышеуказанными словами, видеоигра сосредоточит внимание пользователя на выполнении данного задания (путем исчезновения всех указателей на карте за исключением обозначений объектов, необходимых для выполнения задания – в данном случае, таверну «Гребешок и борода»).
7. Формальная организация: особенностью данного отрывка является разговорный стиль, который характеризует персонажа по имени *Торадан* (уровень его образованности, социальный статус). В связи с этим в русской версии текста присутствует просторечная лексика: *здорово, уж, дело не терпит, поди*. Примечательно то, что английский вариант данного отрывка так охарактеризовать нельзя.

Итак, проведенное исследование выявило следующие тенденции в жанровой специфике ролевой игры.

1. Коммуникативная цель – преимущественно информативная, что связано с особенностью игры как деятельности: через запрограммированных персонажей разработчики видеоигры корректируют игровой процесс и поведение персонажа пользователя (через задания, предостережения и др.)
2. Образ автора раскрывается в запрограммированных персонажах, которые представляют авторов игры в рамках игрового процесса.
3. Образ адресата неизменно заключен в персонаже пользователя – несмотря на обилие персонажей в видеоигре, фактически коммуникантов всего два: автор и игрок. И если разработчик игры формирует всю виртуальную среду игры и представлен в ней множеством персонажей, пользователь управляет, как правило, лишь одним.
4. Диктум ролевой видеоигры заключается в нахождении персонажа пользователя в том или ином месте виртуального пространства в то или иное время. Эти два фактора определяют коммуникацию персонажей (так, некоторые персонажи вступают в контакт с игроком только при определенных обстоятельствах, например, при соответствии некоторых игровых показателей персонажа игрока требованиям или при нахождении персонажа игрока рядом с другим персонажем в определенный период игрового времени, например, утренние еженедельные задания).
5. Фактор прошлого реализуется в действиях игрока, предшествующих данным: так, чтобы вступить в контакт с тем или иным персонажем, часто нужно преодолеть определенные препятствия, такие как, например, выполнение предшествующих заданий.
6. Фактор будущего: любое сообщение, полученное от запрограммированного персонажа, является частью сюжета игры и служит для его развития в определенном направлении. Таким образом, фактор будущего раскрывается в следующих за коммуникацией событиях игровой реальности.
7. Формальная организация ролевой видеоигры сложна, разнообразна и зависит от личных качеств персонажа (уровень образованности, социальный статус, возраст, раса, род деятельности и др.), чем схожа с реальной жизнью.

Все перечисленные особенности ролевых видеоигр образуют собой жанровую специфику данного речевого жанра. Также они определяют тонкости работы переводчика, специализирующегося на видеоиграх: соблюдение и сохранение перечисленных жанровых особенностей видеоигры определяет качество перевода и продукта на переводном языке в целом.

Список использованных источников

1. Бахтин М. М. Проблема речевых жанров // Бахтин М. М. Автор и герой: К философским основам гуманитарных наук. – СПб.: Азбука, 2000. – С. 249–299.
2. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. – Волгоград, 2002. – 477 с.
3. Halliday M. A. K. Language, Context, and Text: Aspects of Language in a Social-semiotic Perspective / M. A. K. Halliday, R. Hasan. – Oxford : Oxford University Press, 1985. – 126 p.
4. Арутюнова Н. Д. Дискурс // Языкознание. Большой энциклопедический словарь / Гл. ред. В. Н. Ярцева. – М.: Большая Российская энциклопедия, 1998. – С. 136–137.
5. Van Dijk T. Episodes as Units of Discourse Analysis // Analyzing Discourse: Text and Talk: Georgetown University Round Table on Languages and Linguistics / Ed. Deborah Tannen. – Georgetown: Georgetown UP, 1981. – pp. 177–195.
6. Беляков М. В. Интерпретация интертекста в политическом дискурсе // Вестник МГИМО-университета. Филология. 2009. – № 6. – С. 139–143.
7. Галичкина Е. Н. Специфика компьютерного дискурса на английском и русском языках (на материале жанра компьютерных конференций): дис. ... канд. филол. наук. – Астрахань, 2001. – 212 с.

8. Остин Дж. Л. Слово как действие // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 17: Теория речевых актов. – М., 1986. 22–130 с.
9. Гипертекст // Руднев В. Словарь культуры XX века. URL: <http://www.philosophy2.ru/edu/ref/rudnev/b069.htm> (дата обращения: 07.04.2015).
10. Винокур Т. Г. Стилистическое развитие современной русской разговорной речи // Развитие функциональных стилей современного русского языка: Сб. ст. – М., 1968. – С. 12–100.
11. Шмелева Т. В. Речевой жанр. Возможности описания и использования в преподавании языка // Russistik. Русистика. Научный журнал актуальных проблем преподавания русского языка. – Berlin. – 1990. – № 2. – С. 20–32.
12. Смирнов Ф. О. Компьютер и информационные технологии: лингвокультурный срез // Аксиологическая лингвистика: проблемы коммуникативного поведения: Сб. науч. тр. – Волгоград, 2003. – С. 85–91.
13. Галичкина Е. Н. Характеристики компьютерного дискурса // Вестник ОГУ. – 2004. – № 10. – С. 55–59.
14. Николаева Т. М. Краткий словарь терминов лингвистики текста // Новое в зарубежной лингвистике: Лингвистика текста; сост., общ. ред. и вступ. ст. Т. М. Николаевой. – М.: Прогресс, 1978. – Вып. VIII. – С. 467–472.
15. Видеоигры // Книга рекордов Гиннеса. URL: http://gamers.guinnessworldrecords.com/records/pc_gaming.aspx (дата обращения: 07.04.2015).
16. Хейзинга Й. Homo Ludens; Статьи по истории культуры / Пер., сост. и вступ. ст. Д. В. Сильвестрова; Коммент. Д. Э. Харитоновича. – М.: Прогресс – Традиция, 1997. – 416 с.

Научный руководитель Д. Ф. Мымрина, к.филол.н., доцент ТПУ

Хосиев В. Т. оглы, студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

E-mail: voose@icloud.com

Khosiev V.

VIDEOGAME AS A GENRE OF COMPUTER-MEDIATED DISCOURSE (AS EXEMPLIFIED IN THE «THE LORD OF THE RINGS» GAME SERIES)

Thematic justification of the research is determined by insufficient knowledge of a dynamically evolving videogame speech genre and its genre particularity, as well as absence of relevant theoretical basis for the matter. The research aims at defining the peculiar genre features of the videogame as exemplified in the «The Lord of the Rings» game series. The researches employ methods of speech genre analysis, continuous sampling, stylistic analysis, contextual analysis and extralinguistic analysis. The peculiar features of the role-playing game genre are a special communicative goal, the figure of the author, the figure of the addressee, dictum, the factor of the past, the factor of the future and formal structure. Preserving these features when translating videogames is considered a priority for a translator.

Keywords: *discourse, computer discourse, speech genre, videogame genre, particularity of genre.*

Khosiev V., student

National Research Tomsk Polytechnic University

E-mail: voose@icloud.com

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРИКЛАДНЫЕ АСПЕКТЫ ИЗУЧЕНИЯ ЯЗЫКОВ И КУЛЬТУР СТРАН АЗИАТСКО-ТИХООКЕАНСКОГО РЕГИОНА

Нгуен Тхи Хонг Бак Лиен

ФОРМИРОВАНИЕ И ОСОБЕННОСТИ КИТАЙСКОЙ ОБЩИНЫ ВО ВЬЕТНАМЕ (НА ПРИМЕРЕ ГОРОДА ХОШИМИНА)

В данной статье проанализировано происхождение и формирование этнической китайской общины в городе Хошимине. Показаны особенности жилища, одежды и традиций этнических китайцев. Определено, что деятельность культурных сообществ, фольклорных коллективов способствовала сохранению родного языка и контактам с местным населением. Выявлен вклад китайской этнической группы в становление и развитие Хошимина. Рассматривается роль китайских диаспор и китайского бизнеса в экономике города.

Ключевые слова: формирование, община, этнические китайцы, Хошимин, Вьетнам, история, культура.

Хошимин является наиболее важным экономическим и транспортным центром Южного Вьетнама и привлекает существенную долю иностранных инвестиций, направляющихся в страну. Кроме достижений в экономической сфере, город Хошимин также известен разнообразием этнического состава и культуры. Это связано, прежде всего, с проживанием здесь 52 различных этнических народов, которые составляют 6,1 % всего населения. Одной из самых крупных этнических меньшинств в Хошимине считается китайская община, численность которой около 500 тысяч человек, что составляет 5,75 % населения города [1]. Китайская община не только внесла свой вклад в развитие культуры Вьетнама, но и имеет существенную ценность для экономического развития страны и межэтнической интеграции.

Китайцы начали эмигрировать во Вьетнам в III в. до нашей эры. Со второго тысячелетия, в связи с господством Китая над Вьетнамом, много китайцев, включая солдат, чиновников, поселились в северном Вьетнаме. На юг китайцы переселились гораздо позже. С начала XVII в., после свержения Цинской династии, на Юг Вьетнама приехали китайцы, которые были недовольны внутренней политикой страны. Так, чиновники династии Мин, Чэн Шанг Чуан (陳上川) и Янг Ян Ди (楊彥迪), перевезли свои семьи и родственников, 3000 солдат, 50 кораблей и попросили о защите династии Нгуен (Nguyễn). Династия Нгуен дала разрешение на проживание с южными вьетнамцами и кхмерскими жителями в Биен Хоа, Гия Динь (город Хошимин сегодня) [2].

С конца XIX в. Вьетнам был французской колонией. После того как Французское правительство и династия Цин подписали соглашения о мире (1885) и о торговле (1886), Вьетнам стал рынком для поставки французских товаров и крупнейшим производителем риса в Юго-Восточной Азии. Колониальное правительство приняло ряд льгот для ремесленного и рисового производства.

В настоящее время среди китайских переселенцев можно выделить четыре группы китайцев: 1) «хуа» – потомки поселенцев, приехавших до середины XX в. (основная группа), 2) «нгай» – потомки мигрантов из провинций Гунси и Хайнань, 3) «сань део» – потомки мигрантов из провинции Гуандун XVI–XVII вв., 4) вьетнамцы китайского происхождения (китайцы, родившиеся в Китае и принявшие гражданство Вьетнама) [3, с. 63].

Китайцев принято называть «Тау». Происхождение этого названия имеет интересную историю. По мнению многих исследователей, таких, например, как Вуонг Дуй Чинь и Тинь Паулус, китайцы часто ездили во Вьетнам на лодках, а лодка во вьетнамском языке означает «тау» [4]. Это название используют для китайцев и китайской диаспоры во Вьетнаме. Однако официальным названием этноса является «хоа», которое связано со словом «Чунг Хоа» во вьетнамском языке, т. е. Китай.

Очевидно, что интеграция китайцев с проживающими во Вьетнаме народами происходит мирным и добровольным способом. Около четырех веков китайцы формировали в городе Хошимин свою общину с экономической социально-культурной структурой. Вследствие этого китайцы сохранили свою традиционную культуру, это прослеживается в различных отраслях, таких как экономика, общество, религия, архитектура и искусство.

Китайская этническая группа играла немаловажную роль в процессе расширения территории Вьетнама на Юг. Благодаря ней огромная водная часть Юга Вьетнама становилась плодородной землей. Вьетнамская история помнит вклад Чэн Шанг Чуан, Янг Ян Ди и Мак Куу в формирование городов и сел на Юге Вьетнама.

В Сайгоне китайцы создали процветающий городской центр, который до 1975 г. назывался «China Town». Китайская община («China Town») проживает в четырех районах города. В 1928 г. был построен «Большой рынок» (Chợ Lớn), он стал самым крупным торговым центром китайского этноса в городе Хошимине, в котором находится много магазинов и ресторанов, работающих на основе китайской национальной кухни. Активные китайцы открывали свой бизнес, предприятия и производство. Талантливые

мастера передали тайну изготовления кирпича, шелка, кожи, бумаги. Этнические китайцы составляли значительную часть среди принадлежавших к среднему классу предпринимателей, технического и управленческого персонала, а также квалифицированных рабочих. Китайская рабочая сила вносила весомый вклад в развитие горнорудной, обрабатывающей и легкой промышленности, всегда была велика их роль в отрасли гончарного производства, производства товаров широкого потребления, в сфере услуг. Китайцы часто живут вместе в определенном районе для того, чтобы они могли помогать друг другу. Под влиянием Конфуцианства, китайская семья носит патриархальный характер. Ежегодно в определенный день они собираются и отмечают день предков.

В связи с проживанием китайского этноса в городе Хошимин с вьетами и кхмерским народом, происходит трансформация элементов его материальной и духовной культуры.

Изначально китайский народ поклонялся своим важным богам, таким как Тао Куан (灶君), Тхан Тай (财神), Тхо Конг (土神), Тхан Кыа (门神) и Фук-Лок-Тхо (福禄寿) и т. д. Год за годом, они добавили в свою систему верований богов, которые существуют в сознании вьетов в соответствии с культами матери (Мау). Они начали ходить в храмы Мау и участвовали в фестивале «Ба Ден», которая считается главной богиней на Юге Вьетнама. В то же время их верования оказали влияние на духовную жизнь вьетов. Например, алтарь Тхан Тай появлялся в почти каждом магазине в Хошимине. Ежедневно хозяин должен был класть на него фрукты, табак или кофе.

В духовной жизни они находятся под влиянием великих религий, таких как буддизм, даосизм, конфуцианство. Кроме того, в некоторых местах существует влияние императорского культа вьетнамского народа. Иногда они также используют магические заклинания, для того чтобы излечить людей и животных.

Как известно, традиционные праздники китайского народа имеют многовековую историю и богатое культурное содержание. Кроме праздников, таких как Новый Год, Фонари, день поминовения, праздник лодок-драконов, которые совпадают с праздниками вьетов, у них еще есть свои праздники, характерные для каждого сезона: 2 февраля – праздник весны, 2 мая – праздник лета, 2 августа – праздник осени и 2 ноября – праздник зимы. Однако в Хошимине существует только два сезона: сухой и дождливый, поэтому эти праздники сейчас уже не важны в китайской общине.

Традиционные дома этнических китайцев отличаются своими особенными характеристиками. Дома часто имеют пять залов и не имеют крыльца. Схема домов простая, кирпичная стена очень толстая, крыша инь-ян черепичная. Некоторые дома китайцев имеют типичную архитектуру, а другие построены по подобию домов вьетов, состоящих из трех комнат.

Переселившись с Юга Китая, этнические китайцы сохранили преемственность в традиционной одежде, которая называлась «чонсам». Это слово прошло из кантонского диалекта китайского языка, который распространен на юге, преимущественно в провинции Гуандун. «Чонсам» отлично подчеркивает фигуру женщин. Высокий воротничок платья застегивается под самую шею, а рукава могут быть как совсем короткими, так и во всю длину – это зависит от времени года и предпочтений хозяйки. Платье запахивается на правую сторону и закрепляется специальными застегками-петельками. Свободное по груди, прилегающее по талии и с двумя разрезами по бокам, оно сочетает в себе всё необходимое, для того чтобы как нельзя лучше подчеркнуть красоту женских форм. «Чонсам» для женщин часто имеет красный или розовый цвета, мужской костюм – синий. Женщины предпочитают ювелирные изделия, особенно браслеты, медь, золото, камни, жемчуг, серьги, ожерелья.

Сохраняя свои традиции, этнические китайцы имеют свою кухню, отличную от вьетнамской кухни. Хотя главной продовольственной культурой тоже является рис, у них еще есть ряд блюд – пельмени (хоан Тхан, шуйкао, хакао) и лапша (ху тиеу). На празднике Нового Года блюда традиционной кухни различаются: китайцы употребляют пельмени; баозцы (небольшой пирожок, приготовляемый на пару; в качестве начинки могут использоваться как мясные продукты, так и растительные (доуфу, капуста, грибы, тыква) или их сочетание), вьетнамцы кушают баньтъинг (вьетнамский традиционный пирог из клейкого риса, бобов мунг и свинины).

Этнические китайцы владеют искусством приготовления пищи. Часто применяют душистые специи, женьшень. Многие представители этнических китайцев занимаются ресторанным бизнесом.

Идентичность каждого народа проявляется в особенности жилища, одежды и кухни, а также в искусстве. Живя в Хошимине, который считается самым активным развитым городом во Вьетнаме, этнические китайцы сохранили элементы своего искусства в боевом искусстве, в музыке. В городе Хошимине были основаны 17 музыкальных клубов, 13 танцевальных команд, что способствовало культурному обмену между китайцами и другими этносами Южного Вьетнама.

В течение многих веков совместное проживание этнических китайцев и вьетов создало условия для укрепления взаимопонимания, гармонии. Хо Ши Мин говорил: «Этнический кинь или этнические Хоа, Мыонг, Гия Рай и Эде, Банар и Хе Данг и другие меньшинства являются детьми Вьетнама, являются братьями и сестрами. Мы живем и умираем вместе...» [5]. Солидарность между народами проявилась сквозь две войны против французов и американцев. Во время войны немаловажную роль играла община этнических китайцев, в которой можно выделить таких героев, как Куак Тхи Чанг, Чэн Бой Ко, Мэн Цзян Хунг, Чан Кай Нгуен [6].

Большинство китайских переселенцев исторически компактно концентрируется в отдельных кварталах и улицах. Их концентрация совпадает, как правило, с их принадлежностью к соответствующим этнолингвистическим группам. Самыми распространенными диалектами среди китайской диаспоры Вьетнама являются контонский (диалект юэ) и диалект теочу. В настоящее время этнические китайцы еще говорят по-китайски в своей общине, но их уровень вьетнамского языка также высок. Потомки китайцев получают хорошее образование и работу в Хошимине, который является экономическим центром во Вьетнаме.

Отличаясь от других народов меньшинства, таких как Мяо-яо, Тхо, Нунг, Эдэ, которые живут в горных местах, где экономика плохо развивается, этнические китайцы имеют лучшее качество жизни. Более того, благодаря своей активности, они успешно участвуют в различных отраслях экономики и вносят вклад в социально-экономическое развитие Хошимина. В связи с этим китайская община является неотъемлемой частью вьетнамской нации, и вьетнамское государство обеспечивает их хорошими условиями для жизни.

Китайская диаспора во Вьетнаме не участвовала в политике, основную их силу составляет экономическая мощь, поэтому, несмотря на трудности продвижения в политике, китайская диаспора сохраняет значительные экономические рычаги лоббирования собственных интересов. В целом, для китайского населения характерна черта – ситуацию национальной самоидентификации изменил стремительный рост Китая. Подъем китайской экономики способствовал ориентации китайцев на бизнес с Китаем, что во многом сказалось на росте этнического самосознания.

Составляя около 6 % всего населения города Хошимина, китайский этнический компонент как в прошлом, так и в настоящее время играет важную роль в социально-экономической и политической жизни страны. Китайская община сформировалась на Юге Вьетнама и внесла большой вклад в строительство и развитие региона. Китайцы живут в общине, что способствовало развитию производства и помогло им иметь стабильную благополучную жизнь в этом городе. Прибывавшие на жительство во Вьетнам китайские иммигранты обычно поселялись обособленными группами по признакам родства, землячества, языково-диалектных различий, по профессиям, образуя «китайские кварталы», «китайские городки» или «китайские поселки». В XVIII–XIX вв. эти общины функционировали практически во всех крупных и средних городах Вьетнама, особенно в Сайгон-Телоне, Хойане, Фохьене, Ханое, Хайфоне и т. д.

Список использованных источников

1. Tu Anh Tuan. TP Hồ Chí Minh chăm lo đời sống đồng bào dân tộc thiểu số. Ngay Nay. URL: <http://www.ngaynay.vn/TP-Ho-Chi-Minh-cham-lo-doi-song-dong-bao-dan-toc-thieu-so-p269823.html> (дата обращения: 17.04.2015).
2. Повседневные привычки жителей Сайгон-ЧоЛон, Ним Дам Чо Лон. URL: <http://m.himlamcholon.com/sai-gon-cho-lon/tap-quan-sinh-hoat-cua-nguoi-sai-gon-cho-lon/32.html> (дата обращения: 17.04.2015).
3. Анохина Е. С. Китайские диаспоры и «новая» китайская миграция в странах Юго-Восточной Азии // Вестник Томского государственного университета. – 2012. – № 361. – С. 62–65.
4. Vm sao người Việt gọi nước Trung Quốc là nước Tàu? URL: <http://www.lamsao.com/vi-sao-nguoi-viet-goi-nuoc-trung-quoc-la-nuoc-tau-p214a70634.html> (дата обращения: 17.04.2015).
5. Bức Hồ kinh yku với phòng bao cbc đvn tộc thiểu số Việt Nam. URL: <http://thanhdoanvinh.gov.vn/?x=13/lam-theo-loi-bac/bac-ho-kinh-yeu-voi-dong-bao-cac-dan-toc-thieu-so-viet-nam> (дата обращения: 17.04.2015).
6. Vũ Lk. Vn hya người Hoa ở TP. Hồ Chí Minh. URL: <http://www.vanhoahoc.vn/nghien-cuu/van-hoa-viet-nam/van-hoa-nam-bo/1167-vu-le-van-hoa-nguoi-hoa-o-tp-ho-chi-minh.html> (дата обращения: 17.04.2015).

Научный руководитель М. Н. Бабута, канд. ист. наук, доцент ТПУ

Нгуен Тхи Хонг Бак, студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

E-mail: Bachlien.ir@gmail.com

Nguyen Thi Hong Bach Lien

THE FORMATION AND CHARACTERISTICS OF CHINESE COMMUNITY IN VIET NAM (HO CHI MINH CITY AS AN EXAMPLE)

The main purpose of this article is to analyse the origin and formation of the ethnic Chinese community in Ho Chi Minh City. The article not only points out some specific features of their residence, garment and tradition, but also determines that activities of cultural communities and folk groups contribute to the preservation of their own language and contacts with the local people. In addition, the article also refers to the contribution of the Chinese ethnic group and their role in the establishment and development of Ho Chi Minh city.

Keywords: *formation, community, ethnic Chinese, Ho Chi Minh City, Vietnam, history, culture.*

Nguyen Thi Hong Bach Lien., student

National Research Tomsk Polytechnic University

E-mail: Bachlien.ir@gmail.com

СОЦИАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ В КИТАЕ

В статье рассматриваются современные социальные проблемы Китайской Народной Республики, выделяются наиболее острые. Приводятся оценки китайских специалистов по поводу социальных проблем. Описываются некоторые пути решения этих проблем руководством Китая.

Ключевые слова: Китай, социальные проблемы, безработица, загрязнение окружающей среды, старение населения, социальные реформы, гендерный дисбаланс.

Общеизвестно, что современный Китай является быстроразвивающейся страной, к тому же у него это получается довольно успешно на протяжении более 20 лет. Это развитие невозможно остановить: даже замедлившись, китайская экономика останется одной из самых быстрорастущих. Однако, как и любая другая страна, КНР не обходится без трудностей. Проводимые реформы привели к серьезным социальным проблемам. Постепенно от одностороннего экономического развития Китай переходит к построению «общества средней зажиточности» – сяокан, больше внимание уделяется всестороннему развитию человека. На этом основывается современная социальная политика КНР. С другой стороны, реформирование вызывает новые проблемы, которые требуют решения, что обуславливает актуальность данного исследования. Кроме того, исследование социальных проблем важно для определения общей обстановки в Китае, учитывая положительные и отрицательные стороны.

Цель данного исследования – охарактеризовать современные социальные проблемы Китайской Народной Республики, мероприятия, принимаемые правительством для решения проблем, их влияние на положение населения.

Прежде всего, за годы реформ китайское общество превратилось в довольно контрастное из наиболее уравнительного в мире. Неравномерное развитие различных регионов, отраслевая и корпоративная монополизация рынка, наличие нелегальных доходов, коррупция – все эти проблемы являются важнейшими причинами расслоения в обществе. Неравенство в доходах наиболее четко прослеживается по следующим пунктам: по отдельным регионам, по отраслям народного хозяйства, по видам деятельности, по сферам производства (между городом и деревней, промышленностью и сельским хозяйством). 1/4 частью всей собственности страны обладают 400–500 богатых людей, 3 млн миллионеров в Китае обладают состоянием, сравнимым с доходом 900 млн китайских крестьян. В 2009 г. индекс Джини достиг 0,46, превысив приемлемый порог на 0,4 пункта. В 2010 г. разница в доходах между сельским и городским населением составила 3,33 раза. Остается низким официально установленный критерий уровня бедности. В 2000 г. он составлял 865 юаней на человека в год, а число лиц, проживающих за чертой бедности, составляло 94,22 млн человек. В 2010 г. границу уровня бедности повысили до 1274 юаней. Согласно данному критерию, число лиц, проживающих за чертой бедности, составляло 40 млн человек, в том числе в сельской местности 26,88 млн человек. В 2010 г. средние доходы на человека в год достигли в городах 19.109 юаня, увеличившись на 7,8 %. При этом прирост происходил не за счет заработной платы, а, главным образом, за счет подработок на стороне и операций с имуществом. Средние доходы на человека в год в сельской местности, увеличившись на 10,9 %, в 2010 г. достигли 5.919 юаней [1]. Основной прирост был достигнут за счет операций с имуществом, заработной платы и работы на стороне. Сами китайские эксперты выделяют следующие актуальные социальные проблемы (на 2007 г.): нерациональность и избыточность структуры трудовых ресурсов, проблема трудоустройства выпускников вузов, быстрый рост цен на продукты питания и жилье, низкий уровень влияния на рост экономики внутреннего потребления, укрепление тенденции к расширению разницы в доходах, необходимость реформирования системы медицинского обеспечения, рост экономических преступлений, ухудшение экологической ситуации. В 2008 г. ситуация почти не изменилась, некоторые проблемы даже стали острее. В 2009 г. выделялись проблемы ухудшения ситуации на средних и малых предприятиях, обострение вопроса распределения доходов, рост числа проблем с окружающей средой, увеличивается число массовых акций по этому поводу, проблемы с государственной безопасностью, усиление раскольнической деятельности. В 2010 г. все перечисленные проблемы сохранились, наиболее важными китайские эксперты называли обострение трудовых отношений в некоторых регионах, новое поколение крестьян-рабочих, необходимость изменения модели экономического развития, новую волну «земельной урбанизации», необходимость серьезно относиться к проблеме ущемления интересов крестьян, половинчатую урбанизацию, упадок деревень в некоторых регионах [1].

В 2011 г. в КНР добавились новые социальные проблемы. Рассмотрим их более подробно.

1. *Проблемы на рынке недвижимости.* Цены на недвижимость стремительно выросли, причем это наблюдается как в мегаполисах, так и в мелких городах. Соответственно большая часть населения не в состоянии приобрести жилье. Академия общественных наук КНР приводит данные, что 85 % семей не могут позволить себе собственное жилье. В Китае растет число «городов-призраков», в которых отстроенные квартиры пустуют годами. Проблема эта весьма трудноразрешима, т. к., по подсчетам китайских исследователей, 30 % конечного продукта абсорбируется в сфере недвижимости. К тому же местные власти заинтересованы в поддержании высоких цен на недвижимость и землю. От продажи земель они получают около 40 % своих доходов [1].

2. *Нехватка оборотных средств для малых и средних предприятий.* Крупные государственные банки неохотно кредитуют частные мелкие компании.

3. *Инфляционные ожидания.* Китай, считавшийся дешевой страной, довольно быстрыми темпами превращается в дорогую страну. Цены на многие вещи, продукты, услуги в больших городах не уступают европейским, а иногда и превышают их. Причем рост расходов населения не компенсируется ростом доходов, что приводит к недовольству властью [1].

4. *Старение населения.* По общим стандартам ООН, население страны считается старым, если число жителей старше 65 лет составляет 7 %, а детей до 14 лет меньше 30 %. По данным официальной китайской статистики, уже в 2007 г. в Китае проживало 8,1 % лиц старше 65 лет. В марте 2011 г. министр трудовых ресурсов и социального обеспечения Китая Инь Вэйминь назвал цифру 12,8 % (170 млн человек) (см. рис. 1). При этом стоит сказать, что политика «одна семья – один ребенок» усугубила положение Китая с демографической точки зрения. По прогнозам, к 2020 г. на 1 пенсионера будет приходиться только 3 работающих человека (сейчас 5 работающих на 1 пенсионера). В Китае нет достаточного количества заведений и квалифицированного персонала, чтобы ухаживать за престарелыми. Прослеживаются и сложности в пенсионной системе Китая в связи со старением населения. Средняя пенсия в Китае составляет 900–1360 юаней (в зависимости от региона). При этом никакими льготами обычный пенсионер не пользуется. По данным опроса, проведенного финансовой корпорацией HSBC (The Hongkong and Shanghai Banking Corporation), по вопросу «будущая жизнь после пенсии», в Китае главным источником существования пожилых людей после выхода на пенсию остаются сбережения. Примерно 68 % опрошенных работающих людей (40–59 лет) и 76 % пенсионеров (60–79 лет) отметили сбережения в качестве основного источника финансового обеспечения после пенсии.

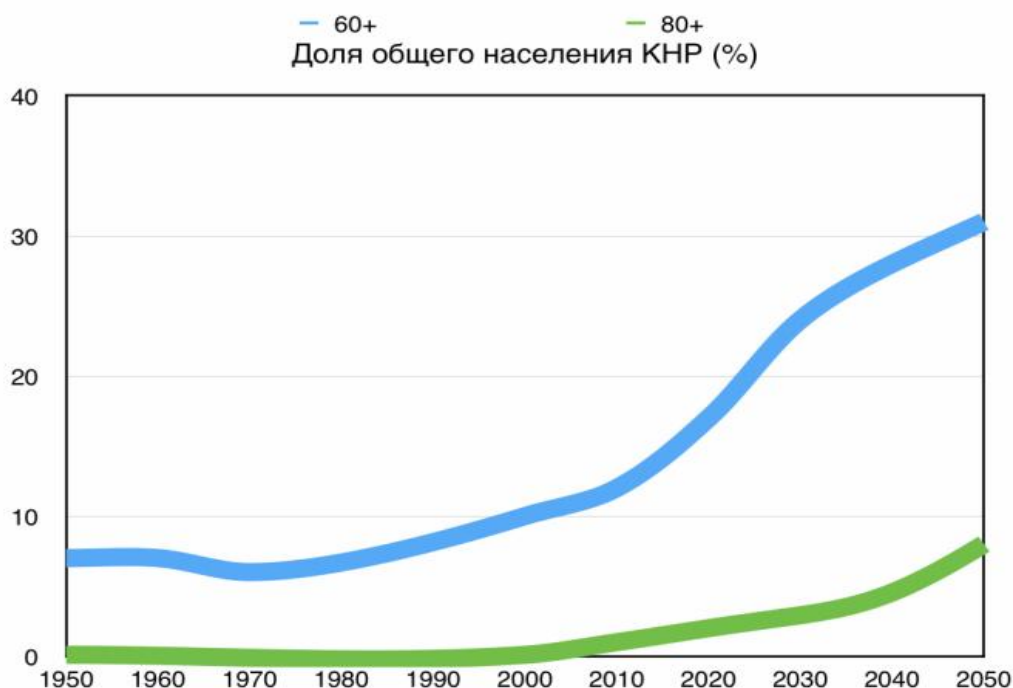


Рис. 1. Динамика старения населения

5. *Загрязнение окружающей среды.* В Китае зарегистрирован самый высокий в мире выброс углекислого газа. Появлялись сообщения о том, что 8–20 % пахотных земель заражены тяжелыми металлами, потеря даже 5 % пахотных земель может привести к ужасным последствиям, потому что Китай потеряет существенную часть от 296 млн акров пахотных земель, которые минимально необходимы в настоящее время для обеспечения продуктами питания 1.35 миллиарда человек. Также проблемой является опустынивание земель в результате глобального потепления, вырубаются леса, чтобы обеспечить страну пахотными землями. Китайскими экспертами сделан вывод, что если считать все расходы для решения проблем с окружающей средой, то ежегодный рост ВВП уменьшится вдвое.

6. *Гендерный дисбаланс.* В результате политики «одна семья – один ребенок», патриархальной культуры, абортов, продиктованных принципом отбора по половому признаку, произошел значительный прирост мужской части населения. Согласно проводимым ранее исследованиям населения Китая, число одиноких мужчин в возрасте 20–49 лет к 2015 г. составит 20 миллионов, а к 2040 г. – 40 миллионов. С учетом существующих темпов рождаемости в конечном итоге каждый пятый китаец до конца жизни останется одиноким. Таких цифр никогда раньше не наблюдалось в истории человечества. Эксперты не предсказывают ничего хорошего в связи с таким гендерным дисбалансом.

7. *Проблема качества трудовых ресурсов и занятости.* Она напрямую связана с темпами экономического роста, с заявленной китайским руководством целью в ближайшей перспективе изменить модель экономического развития и снизить темпы его роста. У Китая нет альтернативных вариантов. Из-за истощенности природных ресурсов, постепенного повышения стоимости труда, изменения модели экономического развития темпы роста неизбежно придется понизить как минимум в полтора раза, но проблема в том, что Китай не может позволить себе опустить их ниже 7–7,5 %. В противном случае углубятся проблемы занятости для постоянно увеличивающейся рабочей силы, будут поставлены под угрозу программа урбанизации, программа роста благосостояния населения и некоторые другие важные для развития страны программы.

8. *Проблемы в области трудоустройства.* В этой сфере правительством КНР отмечаются три связанные между собой проблемы.

Прежде всего, устойчивый рост предложения рабочей силы, причем потребность в ней сокращается (на рис. 2 можно проследить резкое увеличение уровня безработицы). На сегодняшний день в городах имеется примерно 5 млн человек, потерявших работу, в этом числе 1,26 млн человек без перспектив ее найти. Существует проблема трудоустройства выпускников вузов, мигрантов из сельской местности, на 2010 г. они заполнили 45 млн вакансий. Город может ежегодно трудоустраивать лишь 25 млн человек, а что делать с остальными – большой вопрос.

Во-вторых, становятся всё более очевидными структурные противоречия в занятости населения. В связи с ростом научно-технического прогресса, совершенствованием производства назревает проблема недостаточности технических специалистов. В ряде регионов и на ряде предприятий утрачивается структурный баланс между потребностями и предложением рабочей силы, появились работники с «трудностями трудоустройства» и предприятия с «проблемами найма». Seriously актуализировались такие проблемы, как поиск нового места работы для уволенных; трудоустройство молодежи, а в особенности выпускников вузов [2, с. 25–39].

В-третьих, для стимулирования трудоустройства вызовом стали социально-экономические и экологические изменения. Изменение модели экономического развития, научно-технический прогресс, совершенствование производства, совершенствование управления выдвигают всё более высокие требования к качеству трудящихся, а стимулирование процесса урбанизации предполагает новые задачи в вопросе трудоустройства «излишков» сельских трудовых ресурсов. Госсоветом была принята программа стимулирования трудоустройства в годы 12-й пятилетки. Она предусматривает трудоустроить 45 млн человек в городах, в том числе 40 млн перемещенных из сельской местности трудовых ресурсов. Уровень безработицы в городах предполагается сдерживать ниже 5 %.

Правительство КНР намерено поднять численность работников с техническим образованием до 125 млн человек, в этом числе до 34 млн человек высшей квалификации, технических специалистов – до 68 млн человек. Число лиц, которые заключили индивидуальные трудовые договоры, предполагается довести до 90 %, число предприятий, которые заключили коллективные договоры, до 80 %. До 40 % и выше средней по данному региону предполагается поднять заработную плату низкооплачиваемых категорий трудящихся. Конечно, пока это лишь планы, которые, к тому же, не решают проблем. По расчетам этнографов Китая, даже при самом оптимистическом сценарии (экономический рост в пределах 7 %) за годы 12-й пятилетки необходимо будет трудоустроить 83,86 млн человек, что вдвое больше, чем планируется. Если китайскому руководству не удастся снизить темпы экономического роста и они останутся на сегодняшнем уровне (более 9 %), то тогда трудоустроить надо будет 111,38 млн человек.

Притом, по данным 2010 г., основными потребителями новой рабочей силы являются частные предприятия разных форм собственности. Предприятия коллективной и государственной форм собственности привлекли лишь 1,7 % и 2,6 % предлагаемой рабочей силы. В то время как на частные предприятия, акционерные предприятия и фирмы с ограниченной ответственностью пришлось 26,2 %, 9,4 % и 24,8 % новых работников соответственно. Индивидуальные предприятия привлекли 10 %, 10,1 % привлекли предприятия с участием иностранного капитала. Причем 33,9 % новых работников были трудоустроены на предприятиях обрабатывающей промышленности и 28,9 % – на предприятиях торговли [1].

Иными словами, используют новую рабочую силу главным образом пока те предприятия, которые нуждаются либо в неквалифицированной рабочей силе, либо в рабочей силе среднего уровня квалификации. В 2010 г. эти две категории составляли 41,5 % всех востребованных технических специалистов.

Хотя спрос на технических специалистов вырос значительно, предложение ограничивается специалистами среднего уровня. Китайское руководство планирует привлекать на работу в Китай иностранных высококлассных специалистов. Притом потребность в них остро ощущается не только в отрасли программного обеспечения и интегральных схем, промышленности, но и в сфере услуг, в сельском хозяйстве. Негативное влияние на улучшение качественного состояния трудовых ресурсов окажет усиливающийся поток внутренних мигрантов, представленных в основном лицами со средним и неполным средним образованием. Именно за их счет будут пополняться в ближайшее время городские трудовые ресурсы (в особенности на предприятиях обрабатывающей промышленности).

Всё это означает, что в 12-й пятилетке с точки зрения качественного состояния трудовых ресурсов Китай трудно будет назвать передовой державой.

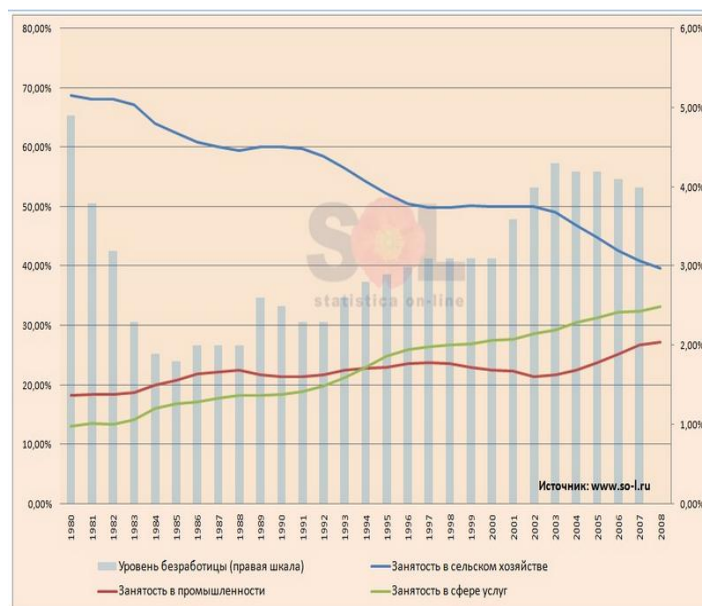


Рис. 2. Занятость по секторам экономики (% от общей занятости)

Комплекс социальных проблем и угроза возникновения социально-политического кризиса привели к изменению модели экономического роста в Китае, акцентов в проблеме взаимоотношений различных социальных слоев китайского социума. Власти признают, что необходимо адекватно согласовывать различные интересы, существующие внутри общества, и создавать механизмы, которые позволяли бы социальным группам отстаивать свои интересы разумным правовым путем без ущерба общественной стабильности. Притом речь не идет о возвращении к уравниловке, наоборот, руководство Китая выступает за защиту частного имущества и интересов негосударственного сектора экономики, об этом свидетельствуют принятые в марте 2004 г. поправки в Конституцию КНР и принятие в марте 2007 г. «Закона КНР о вещном праве». Несмотря на существование целого ряда социальных проблем в Китае, властям всё же пока удастся удерживать страну от социального взрыва.

Список использованных источников

1. Сыроежкин К. Социальные проблемы Китая не позволяют определить его место в мире ресурсов // ЦентрАзия. 15.06.2012. URL: <http://www.centrasia.ru/newsA.php?st=1339738380> (дата обращения: 09.04.2015).
2. Сосковец Л. И. Социально-политическая система КНР: учебное пособие. – Томск: Изд-во Томского политехнического университета, 2011. – 176 с.

Научный руководитель Н. В. Королевич, преподаватель ТПУ

Ковалёва К. А., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

E-mail: k_s_u_2012@mail.ru

Kovaleva K. A.

SOCIAL PROBLEMS IN CHINA

The article is devoted to the modern social problems in China, emphasizing the most important of them. The estimates of the Chinese experts are mentioned. It describes some ways of solving the social problems by the Government of China.

Keywords: China, social problems, unemployment, ecology problems, social reforms, gender shift.

Kovaleva K. A., student

National Research Tomsk Polytechnic University

E-mail: k_s_u_2012@mail.ru

СПОСОБЫ ВЫРАЖЕНИЯ ЦЕННОСТНОГО ВОСПРИЯТИЯ КИТАЯ В ОТЗЫВАХ РОССИЙСКИХ ТУРИСТОВ

На основании фронтального просмотра русскоязычных сайтов, посвященных обсуждению поездок в Китай с туристическими целями, в статье рассмотрены языковые способы выражения ценностного восприятия Китая в отзывах российских туристов. Актуальность исследования обусловлена интересом современных наук гуманитарного цикла к изучению ценностного начала культур и выявлению базисных оснований мировоззрения нации и ее отдельных представителей, формирующих облик нации в глобальном мировом пространстве и ее отношение к другим культурам, находящее выражение в разных сферах коммуникации. В результате исследования установлено, что оценочное отношение в большинстве контекстов выражено эксплицитно, основную нагрузку в рассмотренных текстах несут лексические способы выражения оценки. Данный факт обусловлен типом дискурса и характеристиками его участников.

Ключевые слова: язык, культура, сознание, лингвокультурология, категория оценки, способы оценки.

Чтобы выявить отношение представителей одной культуры к другой, необходимо обратить внимание на особенности выражения эмоций, отношения и оценок, которые люди облачают в словесную форму, чтобы описать «чужой» культурный мир. Особый интерес в этом плане представляет изучение ценностного восприятия «дальней» культуры, иными словами, культуры страны, чей быт, нравы, история и культура в значительной степени отличаются от особенностей культуры человека или группы людей, которые выносят оценку. Таким образом, анализ ценностного восприятия Китая, вербализованного в отзывах российских туристов, посетивших эту страну, поможет выявить отношение русских к Китаю и его национально-культурной специфике.

В данной работе источником исследования послужили материалы девятнадцати русскоязычных сайтов, посвященных обсуждению поездок в Китай с туристическими целями, а материалом – отобранные из указанных источников фрагменты текстов, содержащие оценку. Всего в ходе исследования было выделено 86 контекстов, содержащих различные оценки Китая русскими туристами.

Важно принимать во внимание особенности дискурсивного пространства, в которое включены отзывы туристов: форумы о путешествиях, которые послужили источниками для данного исследования, предполагают свободную, непринужденную форму выражения мыслей, эмоций, отсутствие значимых ограничений в способе выражения мнения, стремление выразить напутствия и поделиться впечатлениями в относительно лаконичной в содержательном, но емкой в эмоциональном плане форме. С другой стороны, исследуемые тексты отличаются некоторой тематической ограниченностью, т. к. они связаны с обсуждением, главным образом, вопросов удобства, безопасности, комфорта путешествия, но не касаются многих важных сфер национальной культуры Китая, в том числе духовной. Не так много замечаний туристов связано с обсуждением отношения китайцев к таким константам культурной жизни нации, как Дом, Семья, отношение к старикам и т. п.

Наиболее общая лингвистическая классификация способов выражения оценки связана с выделением двух ее типов: имплицитной и эксплицитной [1, с. 180–199; 2, с. 10; 3; 4, с. 162]. Эксплицитный способ оценивания предполагает разъяснение причин и предпосылок той или иной оценки. Имплицитный способ выражений положительной или отрицательной оценки подразумевает неявное, скрытое выражение оценки действительности. Для передачи оценки в имплицитной форме авторы высказываний используют метафоры, риторические вопросы, сравнение, иронию [5, с. 41].

На интернет-форумах, посвященных обсуждению путешествий в Китай русскими обывателями, в небольших по объему постах чаще встречаются эксплицитные оценочные средства:

«Обратно лифт привозит прямо на третий этаж, где можно перекусить в ресторанах. Кстати, цены **приемлемые**» [6].

Для передачи своего мнения автор высказывания использует прилагательное, семантическое содержание которого включает оценочный компонент. Турист использует слово «приемлемый» в его прямом значении, чтобы описать цены в ресторанах как не слишком высокие, но и не слишком низкие. Кроме того, туристы активно используют имена прилагательные и наречия в их прямом значении, чтобы описать местных жителей:

«С виду китайцы **не очень общительны и холодны**, но стоит им **искренно** улыбнуться и завести беседу, как они расплываются в улыбке как дети, на мой взгляд, они даже **наивные немногo**» [7].

Форумы о путешествиях русских туристов в Китай содержат также примеры имплицитной оценки реальности, однако встречаются они значительно реже: среди отобранных нами 86 контекстов они присутствовали только в 7. Например:

«Если сравнивать с Турцией, Тайландом и прочими местами, то это **небо и земля!!!**» [8].

В предложении используется метафорическая антитеза «неба и земля», с помощью которой автор положительно оценивает Китай, отдавая ему предпочтение среди других популярных у россиян курортных направлений.

Необходимо отметить присутствие комбинированных способов выражения оценки, включающих в себя компоненты имплицитного и эксплицитного характера:

«*Красивые пейзажи, чистый воздух, вкусная еда, отсутствие машин, доброжелательные люди – что еще нужно уставшим от стрессов горожанам?*» [6].

Здесь туристы используют описание с помощью сочетаний имени существительного и имени прилагательного, позволяющих лаконично охарактеризовать Китай («красивые пейзажи», «чистый воздух»), с риторическим вопросом. Его смысловое содержание воплощает оценку этой страны как места отдыха, позволяющего расслабиться и насладиться тишиной, избыток которой ощущают уставшие от городской суеты русские туристы.

Говоря о конкретных способах выражения оценки посредством языковых единиц, исследователи обычно связывают их с разными уровнями языковой системы, выделяя словообразовательные [9, с. 101; 10, с. 46], лексические [1, с. 198–199 и др.], морфологические [2, с. 6], синтаксические [11, с. 155; 12, с. 18] и контекстуальные [2, с. 10].

Фронтальный просмотр сайтов и анализ отобранных в результате этого фрагментов отзывов показал, что авторы отзывов используют большинство способов выражения оценки, однако соотносятся они друг с другом в процентном соотношении неравномерно.

Так, в просмотренных контекстах достаточно редко (в 2 из 86 контекстах), несмотря на их распространенность в русском языке, встречаются **словообразовательные** способы выражения оценки:

«Отель в небольшой двухмиллионной *деревушке* Чжухай в промышленном районе Китая соответствует всем европейским стандартам» [7].

«Рядом с нашим отелем была пешеходная *улочка* (вроде нашего Арбата), там мы покупали *магнитики*, чай, веера и прочее» [7].

«Из плюсов: чистые пляжи, отели на первой линии, тьма-тьмушая *ресторанчиков* на набережной» [7].

Оценочным в чистом виде является только использование уменьшительно-ласкательного суффикса в первом примере («деревушке»). Любопытно, что прилагательные с уменьшительно-ласкательным суффиксом практически не встречаются при описании внешности китайцев и бытовых особенностей. Формы «магнитики» во втором примере и «ресторанчиков» не обладают культурной оценочной семантикой, т. к. относятся к характеристике купленного сувенира, мелочи, привозимой из любой страны, или маленьких ресторанов, расположенных вдоль променада в любом курортном месте. Уменьшительно-ласкательные суффиксы и другие подобные средства, распространенные в русском языке и очень характерные для обиходной речи, помимо оценочности несут в себе компонент эмоционального сопереживания, сочувствия, предполагающего понимание и близость предмета речи говорящему. Китайская же культура вызывает интерес, но не является близкой и понятной, поэтому словообразовательные способы выражения оценки в отзывах российских туристов оказываются сведены к минимуму.

Лексические способы оценки:

«<...> здесь (Санья) *самый чистый в Китае* воздух, возможность каждое утро купаться в море, *экологически чистые* продукты...» [13].

«Да, я в Китае *адаптировалась полностью* и, кажется, это произошло *мгновенно, в первые же дни*» [13].

«В отеле у нас были завтраки, *еда немного непривычная*, но *вкусная*» [7].

«Музей искусств в Гуанчжоу станет *настоящим открытием* для ценителей китайского искусства. В музее можно увидеть *богатую* коллекцию живописи, каллиграфии и скульптуры. Одним из самых популярных залов в музее стал зал с тибетскими коврами, где можно увидеть *уникальные шедевры* ручной работы» [13].

Лексические способы оценки встречаются в отзывах чаще всего (в 79 контекстах). С помощью слов, используемых в прямом или же в хорошо укоренившемся переносном значении, дается короткая лаконичная оценка всему, что встречается на пути туриста и привлекает его внимание. Главную роль среди них выполняют прилагательные и наречия, существительные и глаголы также часто выступают в роли оценочных средств – в данном случае оценочность выступает неразрывно с номинацией («шедевры»). При этом выбор оценочных средств бывает нередко избыточным («уникальные шедевры»).

Синтаксические способы выражения оценки встречаются в отзывах довольно часто (в 42 контекстах):

«Для нас, жителей Владивостока, *Китай словно соседний регион*» [7].

«Я китайскую еду есть не могу совсем, *не нравится она мне*» [7].

«Лоян – этот *тихий, спокойный, но невероятно красивый и “китайский” по духу город*» [14].

В качестве синтаксических способов выражения оценки в отзывах туристов встречаются несложные синтаксические конструкции (сравнения, уточнения, ряды однородных членов предложения, дополненные осложняющими уточнениями). Характер дискурса определяет относительную простоту синтаксических конструкций и отсутствие более сложных изобразительно-выразительных фигур, требующих от участников коммуникации особых навыков.

Контекстуальные / смешанные способы выражения оценки встречаются в 29 контекстах:

«*Здесь можно заняться массой интересных дел, начиная с посещения музеев и театров и заканчивая участием в многочисленных соревнованиях по караоке – одному из самых любимых развлечений китайцев*» [7].

Достаточно часто встречаются подобные предложения, в которых оценочная нагрузка лежит не только на лексике, но обозначается всей совокупностью содержания и формальных особенностей его воплощения (это обусловлено коммуникативной задачей авторов: поделиться своим опытом поездки, а значит, дать

оценку). Например, основной смысл этого предложения – указание на многочисленные возможности активного культурного отдыха в Китае, что является залогом хорошего путешествия и предполагает положительную оценку.

На основании фронтального просмотра отобранных контекстов было установлено, что оценочный компонент играет значительную роль в отзывах российских туристов о Китае. Это обусловлено коммуникативной задачей отзывов: дать оценку своему путешествию, описать его достоинства и недостатки, поделиться опытом с другими. Тексты отзывов представляют чаще всего живую, неподготовленную и непродуманную письменную речь. Их автор – среднестатистический российский турист. Это обуславливает относительную простоту используемых средств выражения мысли, что подтверждает произведенный нами разбор используемых в отзывах способов выражения оценки. Установлено, что в отзывах российских туристов о Китае преобладают эксплицитные оценочные характеристики (в 79 контекстах из 86), выражаемые потенциалом прямых значений используемых слов или конструкций. Основную семантическую нагрузку во всех просмотренных контекстах несут лексические способы выражения оценки (в 79 контекстах из 86). В 35 из них они совмещаются с другими средствами (синтаксическими и контекстуальными). Данный факт обусловлен типом дискурса и общей принадлежностью большинства авторов к представителям маргинальной культуры.

Таким образом, результаты исследования не только представляют показательную характеристику культуры Китая в аспекте ценностного восприятия средним представителем современного российского общества, но и дает ценный материал для изучения данного типа дискурса в целом.

Список использованных источников

1. Арутюнова Н. Д. Язык и мир человека. – М.: Языки русской культуры, 1999. – 896 с.
2. Вежицкая А. Лексическая семантика в культурно-сопоставительном аспекте // Вежицкая А. Семантические универсалии в описании языков. – М., 1999. – С. 653–777.
3. Ягубова М. А. Лексико-семантическое поле «оценка» в разговорной речи: классификация видов оценок // Типы языковых единиц и особенности их функционирования. – Саратов: Изд-во Саратов. ун-та, 1993. – С. 37–42.
4. Погорелова С. Д. Основные языковые средства выражения оценочного значения (на примере политических речей Отто фон Бисмарка // Филологические науки в России и за рубежом: мат-лы междунар. науч. конф. – СПб.: Реноме, 2012. – С. 162–165.
5. Вольф Е. М. Функциональная семантика оценки. – М.: Едиториал УРСС, 2002. – 280 с.
6. Архив рубрики: Рассказы о путешествиях // Китайский акцент. URL: <http://kitayskiy-akcent.ru/category/puteshestviuem/rasskazy-o-puteshestviyah> (дата обращения: 03.05.2015).
7. Тонкости туризма [Сайт]. URL: <http://tonkosti.ru> (дата обращения: 08.05.2015).
8. Top hotels. Рейтинг отелей и гостиниц мира. [Сайт]. URL: <http://www.tophotels.ru> (дата обращения: 08.05.2015).
9. Виноградов В. В. Русский язык. Грамматическое учение о слове. – М.: Высшая школа, 1996. – 640 с.
10. Вендина Т. И. Семантика оценки и ее манифестация средствами словообразования // Славяноведение. – 1997. – № 4. – С. 41–48.
11. Сковородников А. П. Экспрессивные синтаксические конструкции современного русского литературного языка. – Томск, 1994. – 264 с.
12. Темиргазина З. К. Оценочные высказывания в современном русском языке: автореф. дис. ... д-ра филол. наук. – Павлодар, 1999. – 51 с.
13. Way2China. Блог о Китае [Сайт]. URL: <http://way2china.ru> (дата обращения: 27.05.2015).
14. Saga. Туристический оператор [Сайт]. URL: <http://www.saga.ua> (дата обращения: 20.05.2015).

Ли Бонань, студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет
E-mail: 731839276@qq.com

Седельникова О. В., д-р филол. наук, профессор

Национальный исследовательский Томский политехнический университет
E-mail: sedelnikovaov@tpu.ru

Ly Bonane, Sedelnikova O. V.

THE WAYS OF EXPRESSION OF VALUABLE PERCEPTION OF CHINA IN REVIEWS OF RUSSIAN TOURISTS

The present article, based on cursory inspection of Russian-speaking websites dedicated to discussion of trips to China, focuses on linguistic ways of expression of valuable perception of China in reviews of Russian tourists. The significance of the work is caused by interest of modern humanities in study of axiological basis of cultures and in revealing foundations of the worldview of the given nation and its representatives that determine the global image of a nation and its relation to other cultures expressed in different spheres of communication. As a result, the authors reveal that in most contexts the axiological relation is expressed explicitly by lexical means representing assessment. This fact is explained by the discourse type and particularities of its participants.

Keywords: *language, culture, consciousness, linguocultural studies, category of assessment, ways of assessment*

Ламбина В. А., Храмченко О. А.

СЛЕНГ В СОВРЕМЕННОМ КИТАЙСКОМ ЯЗЫКЕ

В статье рассматриваются наиболее употребляемые молодежью слова и выражения современного китайского языка. Цель работы – выявить особенности образования сленгизмов, определить сферу их употребления и составить их классификацию.

Ключевые слова: Китай, сленг, молодежь, классификация, словообразование, лингвистика, лексика, морфема, сленгизм.

Данная тема интересна нам по ряду причин: одна из них – это то, что мы изучаем китайский язык, и, находясь в Китае, нам, соответственно, придется в основном общаться с молодежью. Во-вторых, сленг является одной из интереснейших языковых систем. Это явление крайне нестабильное и переменчивое, полезное и увлекательное для тех, кто хочет разнообразить свое общение. Кроме того, изучение сленга помогает понять степень изменения всего общества в целом посредством языка и общения.

Целью нашей работы является выявление наиболее часто употребляемых слов и выражений в разговорном языке китайской молодежи и их классификация.

В первую группу сленгизмов можно выделить слова, образованные посредством смыслового развития (замены словарного соответствия). Например: 位到 wèidào – (дошли) проехали (забыли).

Вторую группу составляют сленгизмы с буквальным значением (слова с изменением значения в положительную или отрицательную сторону). Например: 调情 tiáoqíng – флиртовать.

Следующая группа содержит в себе сленгизмы, образованные посредством: *фонетических калек* (贝贝 bèibèi – детка (Baby); 哇 Wā – Вау!); *семантических калек с английского языка* (甜蜜 tiánmì – сладкий (для обращения к другу/подруге) от англ. слова Honey); *графических калек* (牛 niú – Круто!; 牛 niú – корова, восходит к изображению головы коровы с рогами); *семантического способа* (郁闷 yùnmēn – (грустить, тосковать) находится в состоянии депрессии) [1, с. 25].

Обращаясь к лексической стороне изучаемого нами предмета, можно отметить наличие синонимического ряда к одному и тому же слову или выражению (笨蛋 bèndàn – дурак; 二百五 èrbǎiwǔ – дурак; 呆瓜 dàiguā – дурак). Причина этого заключается в законах развития языка, индивидуальном мышлении, а также территориальной и языковой разобщенности. Сленгизмы с положительным эмоциональным оттенком, которые употребляются в речи китайской молодежи для выражения положительных эмоций, а также для положительной оценки качеств человека, в своем составе могут иметь: морфемы животных (牛 niú – Круто! В данном слове морфема «牛 niú» имеет дословный перевод «корова»); морфемы сладких продуктов (蜜 mì – сладенькая (подруга). В данном слове морфема «蜜 mì» имеет дословный перевод «мед»).

Так как мы ведем речь о сленге именно среди молодежи, нельзя не отметить сленг в интернет-среде. Нами были найдены наиболее употребляемые слова и выражения, такие как: 太棒了! tàibàngle, что означает «Класс! Суперски!». Можно использовать как отдельно, так и в связке, например, 你太棒了! (Nǐ tàibàngle) – «ты классный»; 不是我的菜 (bú shì wǒ decài), что означает «Не для меня, не в моем вкусе, не мой конек». Например, 我不去, 那不是我的菜 (wǒ bù qù, nà bú shì wǒ decài), «я не пойду, я пас» [2].

Итак, в результате работы было выделено несколько групп сленгизмов, которые образованы различными способами.

Список использованных источников

1. Свищук А. В. Классификация молодежного сленга китайского языка // Материалы 51-й Международной научной студенческой конференции «Студент и научно-технический прогресс»: Иностранные языки: лингвистика и межкультурная коммуникация / Новосиб. гос. ун-т. – Новосибирск, 2013. – С. 26-26. [Электронный ресурс]. URL: <http://issc.nsu.ru/upload/issc13/20%20Foreign%20Languages.pdf>
2. Молодежный сленг на китайском языке // Журнал о Китае Sadpanda. 31 марта 2015. URL: <http://sarpanda.cn/archives/20397> (дата обращения: 19.05.2015).

Научный руководитель А. Г. Данков, канд. ист. наук, доцент ТПУ

Ламбина В. А., студент
Национальный исследовательский Томский политехнический университет
E-mail: lambinavaleriya@mail.ru

Храмченко О. А., студент
Национальный исследовательский Томский политехнический университет
E-mail: olchenko95@mail.ru

Lambina V. A., Khrumchenko O. A.

SLANG OF YOUNG PEOPLE IN CHINESE LANGUAGE

The present paper seeks to explore the words and expressions in modern Chinese commonly used by young people. The purpose of the article is to reveal particularities of slang formation, to identify the sphere of their use and to present their classification.

Keywords: *China, slang, young people, classification, word formation, linguistics, vocabulary, morpheme, slengizm.*

Lambina V. A., student
National Research Tomsk Polytechnic University
E-mail: lambinavaleriya@mail.ru

Khrumchenko O. A., student
National Research Tomsk Polytechnic University
E-mail: olchenko95@mail.ru

Кан Сон Кю

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ФОРМ ВЕЖЛИВОСТИ В КОРЕЙСКОМ ЯЗЫКЕ

Умение пользоваться формами вежливости – очень важная задача при изучении корейского языка. Категория вежливости включает в себя как грамматические, так и неграмматические аспекты. В особенности необходимо хорошо понимать социальный контекст, чтобы правильно употреблять формы вежливости. В корейском языке система форм вежливости очень развита и имеет обусловленный характер. Слабые навыки использования форм вежливости могут нарушить взаимопонимание между беседующими, в связи с этим нами предлагаются методы использования форм вежливости в корейском языке для русскоговорящих студентов. Мы проанализировали значимость категории вежливости в корейском языке, происхождение, функциональность, способы выражения и инструменты контроля. Это позволит донести до обучаемого важность данной категории и научить пользоваться формами вежливости в различных ситуациях.

Ключевые слова: *категория вежливости, лексика, грамматика, социальный контекст, взаимоотношения.*

Иностранцы, изучающие корейский язык, испытывают трудности при употреблении форм вежливости, и русскоговорящие студенты не являются исключением. Однако применение форм вежливости представляется трудным порой даже для носителей корейского языка. Несмотря на это, русскоговорящие студенты должны научиться пользоваться формами вежливости корейского языка. Категория вежливости несет в себе информацию, позволяющую догадаться о возрасте, социальном статусе, степени близости собеседников. Умение пользоваться формами вежливости обеспечивает взаимопонимание, и, напротив, неумение либо неправильное использование форм вежливости может привести к недопониманию или даже вызвать конфликтные ситуации. Система форм вежливости – часть традиционной корейской культуры, глубоко пустившая свои корни в корейском обществе. Около 600 лет назад император государства Чосон выбрал в качестве государственной идеологии конфуцианство, так в корейской культуре появились такие понятия, как сыновняя почтительность и уважение к старшим, которые по-прежнему отражаются формами вежливости в языке. В данной работе мы рассмотрим значимость категории вежливости, ее происхождение, а также функциональность и способы выражения, что поможет изучающим корейский язык научиться правильно пользоваться формами вежливости в речи. В дополнение мы предлагаем инструменты контроля, помогающие самостоятельно проанализировать уровень владения навыками использования форм вежливости.

1. Значимость категории вежливости в корейском языке

Категория вежливости в корейском языке – это категория, передающая вежливое и уважительное отношение говорящего к собеседнику или к лицам, о которых идет речь. Категорию вежливости иначе еще называют категорией обходительности и категорией скромности. Национальный институт корейского языка объясняет категорию вежливости как способ выражения вежливости, учтивости и скромности. «Выражение уважительности к субъекту посредством его возвышения, учтивости между говорящим и слушающим в зависимости от их взаимоотношений и скромности говорящего в отношении объекта и субъекта действия» [1]. Категория вежливости есть не только в корейском языке. Грамматически развитая система

форм вежливости представлена больше среди восточных языков, чем западных. Так, система форм вежливости развита в таких восточных языках, как корейский, японский, яванский и вьетнамский [2].

В корейском языке сложная система форм вежливости. Иностранец, испытавший на своем опыте сложность этой системы, сказал: «Система форм вежливости заставляет иностранца, живущего в Корее, самому почувствовать свое иностранное происхождение» [3]. Это короткое высказывание иллюстрирует, насколько сложна и непроста система форм вежливости для иностранца, изучающего корейский язык. Эта система сложна тем, что помимо грамматической функциональности она включает в себя социальный аспект, а именно социальный контекст. Иностранцу, незнакомому с социальным контекстом, система форм вежливости может представляться сложной. Иностранец, изучающий корейский язык, желает выявить закономерности использования языковых средств, различные же средства выражения вежливости сложно этому поддаются. По этой причине использование форм вежливости может также представлять сложность для русскоговорящих студентов, изучающих корейский язык. Играет свою роль и разница двух культур. В русской культуре широко распространено невежливое (нейтральное) обращение к членам семьи и другим членам общества, демонстрирующее близость взаимоотношений между собеседниками. Позволяется неуважительное обращение младшего по возрасту к старшему. Российский студент, выросший в такой культуре, испытывает трудности в употреблении форм вежливости, где надо учитывать возраст и социальный статус собеседника.

Использование форм вежливости есть метод стратегического подбора слов и форм в предложении, которые будут верны для собеседника, с которым говорящий беседует в данную минуту. Именно поэтому умение правильно подбирать формы вежливости облегчает диалог и снимает всякую напряженность между беседующими, однако отказ либо неправильное употребление форм вежливости выдает в говорящем иностранца. Сделать такие выводы позволяет невежливость или отсутствие вежливости в речи говорящего [4]. В Корее есть выражение «А и О разные». Говоря с близкими друзьями и выражая свое согласие, вместо ‘예’ можно использовать неуважительные (нейтральные) формы типа ‘응’, ‘어’, ‘그래’. Однако в разговоре со старшим по возрасту либо с занимающим более высокое социальное положение человеком употребление ‘예’ и ‘어’ будет нарушением этикета, эти слова могут вызвать неудовольствие со стороны собеседника.

2. Происхождение категории вежливости

Из-за отсутствия письменных документов сложно определить, когда в корейском языке впервые появились формы вежливости. Несмотря на это уже в письменных источниках XIV–XV вв., когда широко стало распространяться книгопечатание, мы находим употребление форм вежливости. В документе, датированном 1459 г., в предложении «대왕 하엇더나랄모라시나니잇고» подчеркнуты употребленные формы вежливости, где 대왕 (대왕) – это император, ‘하’ – форма сейчас не употребляющегося звательного падежа, а ‘시’ – гонорифический суффикс, которым мы продолжаем пользоваться в современном корейском языке [5]. Государственной идеологией государства Чосон стало конфуцианство, однако буддизм со времен государства Коре сохранился, и в буддийских документах также обнаружено употребление форм вежливости. Конфуцианская культура сохраняется в современном корейском обществе, одно из доказательств тому – система форм вежливости. «В конфуцианстве человеческие взаимоотношения воспринимаются не как равноправные отношения между двумя независимыми личностями, а как дифференцированные неравные иерархические отношения. Можно сказать, что система форм вежливости в корейском языке символично выражает систему дифференцированных неравных иерархических отношений в обществе. ‘Воспитанный человек’ – это человек, поступающий согласно этой системе иерархических отношений» [4].

3. Функциональность и способы выражения категории вежливости

3.1. Функциональность категории вежливости

Формы вежливости возвышают собеседника и занижают говорящего. Умелое использование форм вежливости поднимает настроение собеседника и помогает выстроить хорошие взаимоотношения. Корейская пословица гласит: «Одно слово возвращает долг в тысячу ян», что означает «Будешь уметь хорошо говорить, сможешь отплатить большие долги». Этой пословицей можно прокомментировать важность употребления форм вежливости. Формы вежливости функционируют как для вертикальных, так и для горизонтальных (близость-удаленность) отношений.

Для вертикальных отношений формы вежливости возвышают собеседника и занижают говорящего в зависимости от возраста, кровного родства и социального положения собеседников. Младший по возрасту возвышает в речи старшего. Возраст определяется по дате рождения, даже разница в один год требует уважительных форм со стороны младшего. Студенты в Корее в зависимости от года поступления разделяются на ‘선배’ (прежде поступивший) и ‘후배’ (позже поступивший). При встрече позже поступивший проявляет уважение к прежде поступившему товарищу и использует уважительные формы в речи: «선배님오셨어요», а прежде поступивший обращается в неуважительной (нейтральной) форме к позже поступившему: «후배왔어». Приведем пример взаимоотношений при кровном родстве. Встретились дядя и племянник. Дядя обращается к племяннику в неуважительной (нейтральной) форме «조카, 많이 컸구나», а племянник использует уважительную форму «삼촌, 어떻게 지내셨어요?». То же самое и в деловых

взаимоотношениях между начальником и подчиненным. Например, один и тот же вопрос начальник и подчиненный зададут по-разному: подчиненный должен употребить вежливую форму «거래처에전화하셨습니까?», а начальник может ограничиться невежливой формой «거래처에전화했나». Здесь начальник может употребить в отношении подчиненного и уважительную форму «거래처에전화했어요?». Вертикальные отношения еще более строго соблюдаются в армии и других специфичных слоях общества. Горизонтальные же отношения – это отношения, отражающие близость или ее отсутствие между собеседниками. Здесь использование форм вежливости не строго регламентировано. Примером подобных отношений являются отношения между членами семьи. Например, дочь просит мать: «엄마, 내일일찍깨워줘». Дочь должна употребить вежливую форму и сказать «어머니, 내일일찍깨워주세요», но семейные близкие отношения позволяют дочери использовать неуважительную форму при обращении к маме.

3.2. Способы выражения категории вежливости

Средства вежливости бывают как лексическими, так и грамматическими. Данными средствами выражается уважение, скромность и учтивость.

3.2.1. Выражение уважения (возвышения)

Выражение уважения отражается в выборе лексических единиц в предложении: особых существительных типа ‘연세/춘추(나이), 진지/식사(밥), 댁(집), 치아(이), 말씀(말), 폐하(임금)’, местоимений – 저, 저희, глаголов – ‘계시다(있다), 잡수시다(먹다), 주무시다(자다), 여쭙다(묻다)’, наречий – ‘몹소, 친히’ и частиц – ‘-께, -께서’. Уважение выражается и грамматическими средствами. Показательная грамматическая форма вежливости – гонорифический суффикс ‘-시-’. А также конечные окончания сказуемых ‘-아요/어요’, ‘-습니다/입니다’ [6]. В корейском языке существует 6 форм вежливости (далее – речевые стили), мы познакомим русскоговорящих студентов с наиболее распространенными из них: два вежливых возвышающих речевых стиля ‘합쇼체’ и ‘해요체’ и два низких по уровню вежливости занижающих речевых стили ‘해체’ и ‘해라체’. В виде таблицы это выглядит так:

Таблица 1. Таблица речевых стилей [7]

Вид	Стиль	Уровень	Окончание сказуемого
Возвышение	официальный	합쇼체	Очень высокий -습니다/입니다 -습니다/브니다
	неофициальный	해요체	Средне высокий -이에요/예요 -아요/어요
Занижение	официальный	해라체	Очень низкий -이다/다 -다
	неофициальный	해체	Средне низкий -이야/야 -아/어

Как следует из Таблицы 1, в вежливом стиле ‘합쇼’ или ‘하십시오’ к сказуемому добавляется конечное окончание ‘-습니다/입니다’. Этот стиль используется чаще всего в официальной речи, уровень возвышения очень высокий. Стиль ‘해요’ – разговорный неофициальный стиль, конечное окончание сказуемого ‘-이에요/예요’, уровень возвышения средний.

Например, предложение «이것은책이다» в стиле 합쇼 будет как «이것은책입니다», а в стиле 해요 – как «이것은책이에요».

Существует форма вежливости по отношению к субъекту.

Субъект – это субъект действия в предложении, выраженный в качестве подлежащего. Субъективные формы вежливости делятся на возвышающие и не возвышающие, о чем свидетельствует наличие/отсутствие гонорифического суффикса ‘-시-’. Приведем пример: «A1.선생님이오신다». «B1.학생이온다». В предложении A1 субъект возвышается. Возвышение субъекта осуществляется посредством применения гонорифических суффиксов ‘-님’, ‘-께서’ для подлежащего и ‘-시-’ для сказуемого. Например, «그선생-님-께서는유명한작가이-시-다». В случае использования гонорифического суффикса ‘-시-’ с окончаниями ‘-았-, -겠-’, первый подставляется к ним, образуя ‘-시었다’, ‘-시겠다’. Например, «어머니께서시장이가셨습니다». Так, уважение к субъекту действия выражается применением к подлежащему гонорифического суффикса ‘-께서’, к сказуемому – гонорифического суффикса ‘-시-’ с окончанием ‘-았-’ и официального вежливого стиля ‘합쇼’.

Тем не менее, есть и исключения из правил, так называемые ограничения использования форм вежливости [8]. Иностранцы, в том числе и русскоязычные студенты, испытывают трудности в использовании форм вежливости. Порой, думая, что уже поняли принципы применения и научились правильно пользоваться формами вежливости, они продолжают допускать ошибки. Представим, что внук обращается к бабушке с вопросом: «*할머니, 어머니어디가셨어요?». Здесь внуку необходимо проявить уважение

к двум лицам: собеседнику-бабушке и субъекту-матери. По правилам применения форм вежливости, к бабушке должно быть проявлено большее уважение, чем к матери, внук же использует, говоря о маме, гонорифический суффикс ‘-사-’. В данной ситуации правильно будет сказать «할머니, 어머니어디갔어요?». Здесь действует правило превосходства. Данное правило заключается в том, что в случае, когда необходимо проявить уважение по отношению к двум объектам, нельзя проявлять уважение к одному объекту, требующему уважения, если другой объект достоин большего уважения. Приведем пример действия правила превосходства: «아버지, 총장님께서오-사-버니다». Здесь два объекта уважения – собеседник-отец и субъект-ректор. По правилу превосходства, ректор занимает более высокое социальное положение, поэтому уважение проявляется только к ректору. Кроме того, есть ограничение места действия, языковое ограничение, ограничение официальности. Ограничение места действия действует в отсутствие объекта уважения во время происходящего разговора. Так, если объект уважения присутствует, к нему выражается уважение, а если отсутствует – нет. Например, в присутствии преподавателя Ольги, говоря о ней, ей проявляется уважение с использованием форм вежливости «올가선생님덕은아파트세요?», в ее отсутствии формы вежливости опускаются: «올가선생집은아파트야?».

Языковое ограничение действует по правилу исключения повторов. Так, в отрицательных предложениях либо при прямой последовательности двух однородных сказуемых гонорифический суффикс ‘-사-’ применяется только к одному из слов.

A2. 막심선생님께서는오시지않으셨어.

B2. 막심선생님께서는오시지않았어.

C1. 막심선생님께서는오지않으셨어.

Употребление предложения типа A1 допустимо, но обычно употребляются предложения типа B2 и C1. Ограничение официальности действует, когда собеседники находятся в близких взаимоотношениях. Так, родители и дети находятся в близких взаимоотношениях, и неупотребление всех требуемых правилами форм вежливости подчеркивает эту близость: «어머니, 죽이라도좀드셔». По правилам вежливости, обращение матери к дочери должно было быть: «어머니, 죽이라도좀드세요». И, напротив, в воспитательных целях, несмотря на правило ограничения официальности, могут сознательно применяться формы вежливости. Так, бабушка, желая научить внука выражаться вежливо, намеренно использует в своей речи формы вежливости и вместо фразы «이웃가져와» говорит внуку: «이웃좀갖다주세요». Кроме того, существует косвенное проявление вежливости. Косвенная вежливость – это проявление вежливости к частям тела, характеру, психологии, вещам, имеющим отношение к субъекту. Для этого используется гонорифический суффикс ‘-사-’. Например, во фразах типа «얼굴이예쁘시네요», «일이많으시다» 얼굴 и 일 имеют близкое отношение к субъекту, поэтому к сказуемому присоединяется суффикс ‘-사-’. Однако используемые в последнее время фразы типа *«주문하신피자가나오셨습니다», *«포장이세요?» – пример чрезмерного употребления форм вежливости. Правильно будет сказать «주문하신피자가나왔습니다», «포장입니까?».

3.2.2. Выражение скромности

Русскоговорящие студенты чаще всего допускают ошибки в употреблении форм вежливости, выражающих скромность говорящего. Выражение скромности – это скромное занижение себя перед собеседником с помощью соответствующих форм вежливости. Вместо местоимения первого лица единственного числа ‘나’ используется ‘저’, множественного числа ‘우리’ – ‘저희’.

Например, «저희가게», «저희대학교», «저희회사». О своей стране же всегда принято говорить «우리나라».

Рассмотрим примеры неправильных высказываний иностранцев, изучающих корейский язык.

*A3. 내가(√제가) 이서류를좀볼수있을까요?

*B3. 과장님, 제가도와주시겠어요(√도와드리겠어요)

*C2. 부장님, 점심을잘먹었어요(√드셨어요)?

*D1. 과장이오시면(√과장님께서오시면) 전해드리겠습니다 [8].

Русскоговорящим студентам также необходимо обратить внимание на подобные ошибки с целью их предотвращения. Для этого, прежде всего, необходимо расширять свой словарный запас. Примерами базовой лексики можно считать следующие слова: ‘저(на), 저희(우리), 우문(질문), 폐사(우리회사), 줄고(원고), 드리다/올리다/바치다(주다), 뵙다/봬다(보다), 여쭙다(묻다)’. С данными лексическими единицами гонорифический суффикс ‘-사-’ не используется. Приведем распространенный пример выражения скромности, когда к слушающему надо проявить уважение.

*A4. 내가할게.

*B4. 제가할게.

*C3. 내가할게요.

D2. 제가할게요.

В данном случае верным будет только выражение D2.

3.2.3. Выражение учтивости

В официальной обстановке или в беседе с незнакомым человеком используется официальный стиль '하십시오'. Таким образом, сохраняется дистанция между собеседниками и осторожное учтивое поведение в отношении друг друга.

Приведем пример. На работе высока вероятность использования фраз типа «회사에연락하십니까?», «회사에연락했습니까?», «회사에연락하십시오». По мере сближения допустимо употребление вежливого неофициального стиля «회사에연락했어요?», «회사에연락해요». Однако на работе желательно не применять неофициальный стиль типа «회사에연락했니?», «회사에연락해», «회사에연락해라». Студентам, изучающим корейский язык, стоит обратить внимание на употребление обращений. В русской культуре часто обращаются по имени, а уважительное обращение предполагает обращение по имени и отчеству. Русскоговорящие студенты по аналогии обращаются к корейцам независимо от возраста и социального положения по имени и фамилии.

Приведем пример. Студент обращается к преподавателю:

«김철수, 오늘수업있습니까?»

Подобное обращение противоречит правилам вежливости корейского языка. Студент считает, что проявил достаточно уважения, применив официальный вежливый стиль '합쇼', но по правилам корейской культуры обращение к преподавателю по имени и фамилии недопустимо. Обратиться к человеку по имени и фамилии могут только близкие друзья либо люди, старшие по возрасту или занимающие более высокое социальное положение. Обычно в Корее принято обращаться, называя должность и фамилию «김교수님» или только должность «교수님». К человеку, которого вы видите впервые, можно обратиться, присоединив к фамилии, если это мужчина, слово '씨', а если женщина – '양'. А также независимо от пола собеседника к нему можно обратиться, присоединив к фамилии слово '씨'. Если вы захотите обратиться на улице к незнакомому человеку, выбор обращения будет зависеть от возраста того, к кому вы обращаетесь. Предположим, говорящему лет 40, тогда к ребенку он может обратиться со словами '애', к подростку – '학생', к 20–30-летнему юноше – '청년', к 20–30-летней девушке – '아가씨', к 40–50-летнему мужчине – '아저씨', к 40–50-летней женщине – '아주머니', а к пожилым людям – '할아버지' или '할머니'.

4. Инструменты контроля

Студент, изучающий корейский язык, должен уметь выбрать из множества лексических и грамматических форм вежливости наиболее подходящие для данной речевой ситуации. Мы предлагаем инструменты контроля, позволяющие самостоятельно проанализировать правильность выбора. Для этого студенту необходимо ответить на несколько вопросов. Во-первых, можно ли по оформлению фразы догадаться, в каких отношениях состоят говорящий и слушающий? Так, при верно выбранных формах вежливости можно примерно предположить возраст, степень близости отношений, социальный статус, пол собеседников. Во-вторых, какие языковые средства выражают уважительное отношение говорящего к собеседнику? Ответ на этот вопрос позволит определить, какие лексические и грамматические средства (суффиксы, окончания, лексические единицы...) свидетельствуют об уважительном отношении говорящего к собеседнику. В-третьих, можно ли по высказыванию оценить степень уважительного отношения говорящего к собеседнику? Ответив на этот вопрос, студент сможет определить степень проявленного уважения как чрезмерную, среднюю либо слабо выраженную [2].

Заключение

Система форм вежливости в корейском языке является его специфической особенностью и играет огромную роль для установления взаимоотношений между собеседниками. Говорящий оформляет свое высказывание соответствующими формами вежливости с учетом того, кем является его собеседник, каков его социальный статус и в каких взаимоотношениях он находится с говорящим. Социальный контекст имеет большое значение при оформлении высказывания, поэтому русскоязычные студенты должны иметь представление о социальности, заключенной в системе вежливости корейского языка. Необходимо понимать значимость категории вежливости. Система форм вежливости – это стратегия и речевой метод говорящего возвысить собеседника и занижить себя. Говорящий с помощью языковых средств проявляет уважение, скромность и учтивость к собеседнику. Правильный выбор языковых средств благотворно сказывается на отношениях между собеседниками, позволяет, сохраняя определенную дистанцию, поддерживать порядок в отношениях. Хотя происхождение категории вежливости в корейском языке до конца неизвестно, но как более 600 лет назад, так и сегодня в современном корейском обществе используются языковые средства для проявления вежливости. Любой язык подвержен изменениям, система форм вежливости в корейском языке также претерпела изменения, ненужные элементы со временем вышли из употребления, в системе наблюдается тенденция к упрощению и в то же время есть примеры избыточного использования форм вежливости.

В корейском языке существуют лексические и грамматические средства вежливости, помогающие возвысить собеседника и занижить себя. Лексических средств (существительных, глаголов, местоимений, наречий) не много, поэтому студентам необходимо расширить словарный запас, усвоить их и научиться свободно использовать в речи. В данной работе мы рассмотрели средства выражения вежливости, скромности и учтивости. Основное правило употребления форм вежливости: возвышение субъекта действия

требует присоединения к сказуемому грамматических форм, также выражающих возвышение. С этой целью используется гонорифический суффикс '-시-', который с давних пор употребляется в корейском языке как грамматическая форма выражения вежливости. Наряду с правилами употребления форм вежливости существует и ряд ограничений, и только знание и применение того и другого позволит в каждой речевой ситуации верно выбирать необходимые языковые средства для выражения вежливости. В присутствии субъекта действия ему выражается уважение, в отсутствии – формы уважения опускаются. Вопреки правилам употребления форм вежливости, в воспитательных целях они могут употребляться говорящим, когда по своему статусу он мог бы их и не применять. По причинам разницы культур для русскоговорящих студентов представляют определенную трудность обращения, часто выражающие уважение к собеседнику. В данной работе нами были предложены инструменты контроля, которые помогут студентам самостоятельно анализировать свою речь и повышать навыки владения формами вежливости.

Система форм вежливости в корейском языке сложна и требует комплексного подхода при выборе средств. Желая студентам понять специфику данной системы, терпеливо учиться, применять на практике полученные знания и при встрече с носителями корейского языка демонстрировать высокое владение формами вежливости, т. к. именно оно позволяет дать высокую оценку уровню владения корейским языком в целом.

Список использованных источников

1. Национальный институт корейского языка, Речевой этикет – Система форм вежливости. – Сеул, 2012. – 153 с. URL: http://www.korean.go.kr/EventZone/e_book/st_lang_respect_blank/book.html (дата обращения: 11.05.2015) (на корейском языке).
2. Пак Сониль. Обучение формам вежливости корейского языка на примере личных категорий. Обучение корейскому языку. Вып. 32. – Сеул, 2013. – 45–46 с.
3. Rafael Abasolo, Западный взгляд на форм вежливости корейского языка.– Сеул, 1991. URL: http://www.korean.go.kr/nkview/nklife/1991_3/1_9.html (дата обращения: 11.05.2015) (на корейском языке).
4. Хо Джонхван. Исследование корееведения: Сборник дипломных работ 1 韓國學研究論文集(一), – Тайбэй: Китайская культура университет Ханаока: Издательский отдел, 2012. – 108 с.
5. Пак Янкю. Изменения в системе форм вежливости корейского языка. – Т. 1. Вып. 3. – Сеул, 1991. – 23 с.
6. О Миджон. Обучение формам вежливости корейского языка как иностранного // Корейская семантика. – Вып. 22. – Сеул: Общество корейских семантики, 2007. – 198 с.
7. Чхве Кильси. Практика преподавания корейского языка как иностранного. – 2-е изд. – Сеул: Тхехакса, 1998. – 115 с.
8. Сон Кичоль. Общие особенности категории вежливости в корейском языке. Т. 1–3. – Сеул: Национальный институт корейского языка, 1991. – С. 9–10.

Кан Сон Кю, преподаватель

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

E-mail: izikr@mail.ru

Kang Seong Kyu

HOW TO USE THE KOREAN HONORIFICS

The use of Korean honorifics is a very important task in learning the Korean language. The polite forms in Korean contain both grammatical and non-grammatical aspects. In particular, good understanding of social context is required for appropriate use of them. Polite expressions are complicated, and have various constraints. These factors may become obstacles in having communication in Korean. This paper aims to resolve these issues by suggesting the Russians how to use the polite forms in Korean. It uses such methods as the definition and the origin of the Korean honorifics, their function, expressions, using tools, and so on. These will definitely help the learners understand the importance of the polite forms and use them more properly in practical situations.

Keywords: Korean polite forms, vocabulary, grammar, social context, relationship.

Kang Seong Kyu, senior lecturer

National Research Tomsk Polytechnic University

E-mail: izikr@mail.ru

Казарян А. А.

ЛЕКСИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ТЕХНИЧЕСКОЙ ДОКУМЕНТАЦИИ В РУССКОМ И КИТАЙСКОМ ЯЗЫКАХ (НА ПРИМЕРЕ ТЕХНИЧЕСКИХ ОПИСАНИЙ)

В данной статье проводится лингвистическое исследование лексических особенностей технической документации в русском и китайском языках на примере текстов технических описаний. Актуальность данного

исследования обусловлена стремительным развитием науки и техники, вследствие чего научно-технические тексты также непрерывно развиваются, изменяются и нуждаются в тщательном изучении. В ходе анализа лексических особенностей технической документации были изучены термины, специальная лексика, сокращения и интернациональная лексика.

Ключевые слова: *техническое описание, техническая документация, лексические особенности.*

Научно-технический стиль и научно-технические тексты в настоящее время привлекают внимание многих исследователей, поскольку техническая документация стала неотъемлемой частью научно-технического прогресса и составной частью международного сотрудничества и торговли многих стран.

Характерными особенностями научно-технических текстов являются информативность, содержательность, логичность изложения, точность и объективность, а также ясность и понятность. Все эти тексты в большей или меньшей степени могут обладать общими чертами и особенностями. Научно-технический прогресс и изменения, происходящие практически во всех сферах человеческой деятельности, оказывают существенное влияние как на содержание современных научно-технических текстов, так и на их структурно-грамматические и лексические особенности.

Итак, актуальность данного исследования обусловлена стремительным развитием науки и техники, вследствие чего научно-технические тексты также непрерывно развиваются, изменяются и нуждаются в тщательном исследовании.

Язык научно-технических текстов имеет свои грамматические, лексические и фразеологические особенности. В данном исследовании будут рассмотрены лексические особенности технических документных текстов, а именно – текстов технических описаний.

Целью данного исследования является выявление основных лексических особенностей технической документации в русском и китайском языках на примере текстов технических описаний.

Объектом исследования являются тексты технических описаний на русском и китайском языках. Предмет исследования – лексические особенности научно-технических текстов.

Научно-технические тексты обладают прикладным характером, их использует тот, кто принимает технические решения, связанные с приборами, станками, механизмами, устройствами в процессе их монтажа, эксплуатации или обслуживания. Основная отличительная черта научно-технического текста – ориентированность на специалиста в данной отрасли знаний [1].

Техническая документация, как правило, характеризуется лаконичностью, краткостью, отсутствием развернутых объяснений. В данную документацию входят следующие основные виды документов:

- 1) собственно техническая документация: паспорта, формуляры, инструкции по эксплуатации и ремонту, технические описания;
- 2) товаросопроводительная документация;
- 3) проектная документация;
- 4) материалы рекламного и полурекламного характера [2].

Техническое описание – это описание образца, которое составляется как дополнение к стандарту вида общих технических условий или общих технических требований и используется совместно с этим стандартом в качестве нормативно-технического документа на конкретную продукцию. Состав технического описания четко определен, а наличие большого количества приложений (рисунки, схемы, таблицы) является его отличительной чертой [3].

В данном исследовании для выявления лексических особенностей технической документации было проанализировано 6 текстов на русском и китайском языках объемом от 30 до 70 страниц, которые представляют собой технические описания автоклава, системы очистки воды и автоматической установки для нанесения печати на стекло.

В ходе анализа технических описаний были рассмотрены такие их лексические особенности, как термины, специальная лексика, сокращения и интернациональная лексика.

1. Как известно, насыщенность терминами является отличительной чертой научно-технических текстов. Это объясняется их принципиальной предназначенностью, точностью, стилистической нейтральностью, а также большой информационной насыщенностью по сравнению с обычными словами [1].

Основываясь на классификации А. Я. Коваленко, по строению термины можно разделить на простые, сложные и терминологические словосочетания:

- 1) простые термины, состоящие из одного слова. Например, в русском языке – *электролит*, в китайском – 电机 *diànjī* (*электродвигатель*);
- 2) сложные термины, состоящие из двух слов. Данные термины в русском языке пишутся слитно или через дефис – *радиоактивный*, *масс-спектрограф*, а в китайском языке состоят из нескольких иероглифов: 压滤机 *yā lǜ jī* (*фильтр-пресс*);
- 3) терминологические словосочетания, состоящие из нескольких компонентов (многокомпонентные термины). Например, в русском – *оптический микрометр*, в китайском языке – 循环风机 *xúnhuán fēngjī* (*циркуляционный вентилятор*).

При анализе текстов технических описаний было обнаружено большое количество терминов. Для упрощения работы с лексическим материалом на основе этих текстов методом сплошной выборки был составлен список из 100 терминов на русском и китайском языках. В соответствии с приведенной выше

классификацией, проанализированные термины были разделены на следующие группы: простые термины, сложные термины и терминологические словосочетания. Примеры приведены в таблицах 1 и 2.

Таблица 1. Классификация терминов в русском языке

Простые термины	Сложные термины	Терминологические словосочетания
эжектор	фильтр-пресс	направляющий ролик
скребок	шламоприемник	сброса давления
коагуляция	теплообменник	крепежный винт
инжекция	трубопровод	электромагнитный клапан
клемма	электрокомпонент	мембранный насос
аэрации	пневмосистема	обратная промывка

Таблица 2. Классификация терминов в китайском языке

Простые термины	Сложные термины	Терминологические словосочетания
阀门 клапан	压滤机 фильтр-пресс	气浮系统 флотационная система
气罐 ресивер	释放器 расцепитель	电控柜 шкаф электроуправления
浓度 концентрация	电动阀 электроклапан	水泵 водяной насос
感器 датчик	电路图 электросхема	电源线 шнур питания
机器 устройство	相电压 фазовое напряжение	设备布置 компоновка оборудования
电极 электрод	操作员 оператор	电压波动范围 диапазон разброса напряжения

Таким образом, при систематизации и подсчете терминов среди лексики данных технических описаний обнаружено значительное число простых, сложных терминов и терминологических словосочетаний, употребляемых приблизительно в равных количествах как в русском, так и в китайском языке.

II. Специальная лексика – это особые общеупотребительные слова, употребляемые в специальном значении. Значение общеупотребительного слова, проникающего в научно-техническую лексику, специализируется в зависимости от той терминологической системы, в которую это слово пришло. Оно получает точное, определенное значение и приобретает свое новое языковое окружение [2]. Примеры специальной лексики, обнаруженные в результате анализа технических описаний на русском и китайском языках, приведены в таблицах 3 и 4.

Таблица 3. Специальная лексика в русском языке

Слово	Общеупотребительное значение	Специальное значение
узел	место, где связаны концы чего-л., или петля, затянутая на чем-л.	точка, в которой соединяются три (или более) проводника электрической цепи
контур	замкнутая линия, очертание некоторой фигуры, предмета	замкнутая цепь, элементы которой соединены последовательно
контакт	любое личное взаимодействие двух или более людей	поверхность соприкосновения проводящих электрический ток материалов
напряжение	усилие, попытка	разность потенциалов электрического поля между двумя точками

Таблица 4. Специальная лексика в китайском языке

Слово	Общеупотребительное значение	Специальное значение
断面	секция, раздел	поперечное сечение
状态	вид; состояние; положение	режим
接线	соединиться (по телефону), контакт	соединительный провод
气源	газовые ресурсы, источники газа	пневматический источник

В ходе исследования было выявлено, что процент употребления специальной лексики в данных текстах технических описаний в русском и китайском языках небольшой, однако данная лексика также является их неотъемлемой частью.

III. Одной из характерных особенностей научно-технических текстов также является наличие большого количества сокращений. Причина заключается в том, что употребление терминов и словосочетаний в полном виде не совсем удобно, поэтому очень часто сложные термины сокращаются. Сокращения в письменном виде позволяют уменьшить объем текста. Например, в русском языке *электродвигатель* (вместо «электрический двигатель»), в китайском – 科技 *kējì* (вместо 科学技术 *kēxué jìshù*, наука и техника).

При анализе лексических особенностей технических описаний вслед за А. Я. Коваленко можно выделить общепринятые и исключительные сокращения. Общепринятые сокращения входят в словарный состав языка вместе с полными терминами и терминологическими сочетаниями. Значение общепринятых сокращений дается в словарях, например, в русском языке г. – грамм, ПО – программное обеспечение, в китайском языке min – 分 fēn (минута), 增产 zēngchǎn (от 增加生产 zēngjiā shēngchǎn, увеличение производства). Стоит отметить, что хотя в текстах технических описаний в китайском языке общепринятые сокращения записываются так, как это принято в международной системе единиц, при этом существует и собственно китайский вариант. Исключительные сокращения употребляются отдельными авторами или издательствами, чтобы избежать повторения длинных названий или для экономии места. Исключительные сокращения объясняются в тексте или в примечаниях [2].

Основываясь на приведенной выше классификации, мы выделили общепринятые сокращения в технических описаниях. В ходе исследования было выявлено, что наиболее часто в данных текстах употребляются именно эти сокращения, поскольку большинство из них обозначают физические величины, единицы измерения и т. п. В то время как использование исключительных сокращений в текстах китайского и русского языков обнаружено не было. Примеры сокращений в русских и китайских текстах приведены в таблицах 5 и 6 соответственно.

Таблица 5. Общепринятые сокращения в русском языке

Сокращение	Расшифровка сокращения
м ³	кубический метр
дБ	децибел
ЭМС	электромагнитная совместимость
вкл./выкл.	включение и выключение
Гц	герц

Таблица 6. Общепринятые сокращения в китайском языке

Сокращение	Расшифровка сокращения
自控	自动控制 автоматический контроль
atm	标准大气压 нормальное атмосферное давление
光纤	光导纤维 оптическое волокно
mg	毫克 миллиграмм

Таким образом, на основе анализа сокращений в текстах технических описаний в русском и китайском языках, можно прийти к выводу, что наиболее часто в данных текстах употребляются общепринятые сокращения, поскольку большинство из них обозначают физические величины, измерения и т. п. В целом, количество найденных сокращений в данных текстах сравнительно велико. Причина заключается в том, что употребление терминов и словосочетаний в полном виде не совсем удобно, поэтому очень часто сложные термины приходится сокращать, что позволяет существенно уменьшить объем текста.

IV. В научно-технической литературе важное место занимают слова, заимствованные из разных языков, в основном из латинского и греческого. Что касается китайского языка, то в нем преобладают английские заимствования. Интернациональные слова – это лексические единицы, которые имеют структурно-семантическую общность во многих языках: 卡路里 kǎlùlǐ, калория, 巧克力 qiǎokèlì, шоколад. Структуру одной из моделей словообразования интернациональных слов в русском языке схематично можно изобразить так: основа (греческая, латинская, английская) + окончание -он (-он). Например, electron – электрон, photon – фотон и т. п. [2]. В китайском языке ситуация с заимствованиями немного сложнее, чем в русском языке, в силу того, что китайский язык относится к языкам изолирующего типа. В связи с этим в данном языке существует ограниченное количество слогов для записи иностранных слов. В классификации И. В. Кочергина такие слова делятся на несколько классов:

1) термины, заимствованные полностью на языке оригинала. К данной группе относятся в основном обозначения большинства единиц измерения, которые записываются так, как это принято в международной системе единиц. Например, N 牛頓 niúdùn, ньютон;

2) термины, которые передаются путем транслитерации. Данные термины являются так называемыми «фонетическими кальками». Например, 逻辑 luójì, логика;

3) семантические заимствования представляют собой перевод семантического содержания иноязычных терминов на китайский язык. Например, 激素 jīxsù, гормоны. Данное заимствование является семантическим, поскольку гормон – биологически активное вещество, и 激素 jīxsù состоит из иероглифов 激 jī, активный и 素 sù, вещество [4].

В ходе анализа лексического материала текстов технических описаний было найдено большое количество интернациональных лексических единиц. В русском языке было найдено много терминов, заканчивающихся на -ор, -ер: резистор, анализатор, стабилизатор, аттенюатор, транзистор,

конденсатор, термистор, генератор, мультиплексор, микроконтроллер, демпфер, контроллер, триггер, адаптер. Немного меньше терминов, заканчивающихся на -оп (-он): диапазон, микротрон, антинейтрон.

При изучении китайских технических описаний было обнаружено значительное число заимствований всех трех типов из классификации, приведенной выше. Приведем примеры.

1. Полностью заимствованные термины – обозначения единиц измерения: 29.5T (吨 *dūn*), 1.45 Мра (兆帕 *zhàopà*), 50 Hz (赫兹 *hèzī*), 380V (伏特 *fútè*), PLC (可编程控制器 *kěbiānchéngkòngzhìqì* – программируемый контроллер). Стоит сказать, что таких терминов нами было обнаружено больше всего.

2. Семантические заимствования: 电压 *diànyā* (вольтаж), 炭滤 *tànlǚ* (угольный фильтр), 电路 *diànlù* (контур, электроцепь), 压缩空气 *yāsùkōngqì* (сжатый воздух).

3. Термины, переданные путем транслитерации: 拷贝 *kǎobèi* (копия), 开尔文 *kāiěrwén* (кельвин), 帕斯卡 *pàsīkā* (паскаль).

В результате анализа было выявлено, что в русском языке наибольшее число найденных терминов заканчиваются на -ор и -ер, поскольку термины, образованные с помощью такой модели, обозначают приборы, названия которых составляют существенную часть всей терминологии научно-технических текстов. В китайском языке было обнаружено большое количество полностью заимствованных терминов и семантических заимствований, что связано с тем, что английский язык оказывает значительное влияние на научно-технические тексты китайского языка. Фонетических заимствований было обнаружено немного в силу специфики фонетической системы китайского языка.

Таким образом, основываясь на результатах анализа лексических особенностей текстов технических описаний на русском и китайском языках, можно прийти к выводу, что современные научно-технические тексты данной пары языков имеют схожие черты на уровне лексики, несмотря на существенные отличия между самими языками. Это связано с тем, что и отечественная, и китайская наука и техника подвергаются сильному влиянию со стороны зарубежных инновационных разработок и новых технологий. Вследствие развития науки и техники, тесного международного сотрудничества не только содержание, но и структурно-грамматические, а также лексические особенности технической документации претерпевают существенные изменения и становятся всё более схожими и унифицированными на международном уровне.

Список использованных источников

1. Стрельцов А. А. Научно-технические тексты: от понимания к переводу: учебное пособие. – Ростов на/Д.: Феникс, 2012. – 398 с.
2. Коваленко А. Я. Общий курс научно-технического перевода: пособие по переводу с англ. на рус. – Киев: Фирма «ИНКОС», 2003. – 320 с.
3. Техническая документация на продукцию по Р 50-605-80-93 // ООО «Техническая документация». 2004–2015. URL: <http://tdocs.su/9538> (дата обращения: 19.04.2015).
4. Кочергин И. В. Основы научно-технического перевода с китайского языка на русский: учебник. – М.: Восточная книга, 2012. – 624 с.

*Научные руководители Н. В. Королевич, преподаватель ТПУ,
Ю. В. Никанорова, канд. филол. наук, доцент ТПУ*

Казарян А. А., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

E-mail: naza_reborn@mail.ru

Kazaryan A. A.

LEXICAL FEATURES OF TECHNICAL DOCUMENTATION IN RUSSIAN AND CHINESE DATASHEETS

The article deals with the linguistic research of the main lexical features of technical documentation on example of Russian and Chinese datasheets. The relevance of this research is determined by the rapid development of science and technology, which leads to the continuous change of modern scientific and technical texts and necessity of thorough study of these texts. As the title implies the article describes such lexical features as terms, specific vocabulary, abbreviation and international vocabulary.

Keywords: *datasheet, technical documentation, lexical features.*

Kazaryan A. A., student

National Research Tomsk Polytechnic University

E-mail: naza_reborn@mail.ru

ТОЧКА С ЗАПЯТОЙ В ТЕКСТАХ РУССКОГО И МОНГОЛЬСКОГО ЯЗЫКА: СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ФУНКЦИЙ

Актуальность исследования обусловлена практической значимостью решения проблем перевода пунктуации, способствующего успешной международной письменной коммуникации. Методом сопоставительного анализа выявляются совпадающие и специфические для русского и монгольского языка функции точки с запятой на материале текстов художественного и официально-делового стиля, что составляет цель исследования. Сопоставлены функции точки с запятой, точки и запятой в указанных языках. Поставлены проблемы перевода пунктуации.

Ключевые слова: точка с запятой, монгольский язык, русский язык, функция, перевод.

Среди всех знаков препинания судьба точки с запятой представляется наиболее интересной [1, с. 250]. По наблюдениям исследователей, в русской пунктуации точка с запятой играет большую роль в восприятии текста, помогая читателю быстро, без затруднений и правильно понять «структуру предложения с распространенными однородными членами и смысловые отношения между словесными группами» [2, с. 29–30]. Как отмечает В. А. Ицкович, занимая позицию между предложениями или членами предложения, соединенными сочинительной связью, этот знак употребляется, когда разделяемые компоненты высказывания семантически более удалены друг от друга, чем в случае с запятой, или когда хотя бы один из разделяемых них уже имеет внутри себя запятые [3, с. 176].

В монгольском языке точка с запятой ставится 1) между значительно распространенными однородными членами предложения, содержащими запятые; 2) между автономными простыми предложениями, объединенными в одно сложное; 3) между элементами порядкового перечисления. Языковед Т. Пагва выделил три случая употребления точки с запятой в монгольском тексте [4, с. 59–60]:

1) между значительно распространенными составными частями сложного предложения, имеющими, в свою очередь, внутри себя запятые (*Хошууны өрхийн тоо төчнөөн, эрэгтэй эмэгтэй төчнөөн, лам хар төчнөөн, тайж ард төчнөөн, хөрөнгө бод төчнөөн, өнгөрсөн хэдэн жилийн турш жил тутам төчнөөн алба татаж байсан; хушуу тамгын зэрэг албан газрын бичиг хэрэг, цалин пүнлүүгийн зардал төчнөөн, тус тамгын газар мэдүүлэн ирсэн хэрэг заргын тоо төчнөөн; түүнээс шийтгэн дуусгасан төчнөөн; зохих дээд газраас хэрхэхийг лавлан асууж, хариу хүлээн байгаа хэрэг төчнөөн гэх зэргээр өдий төдий олон тоо нуршиж уншаад, төгсгөлд тус тамгын газар албан хааж байгаа түшмэл, бичээч, галч зарлагын зэрэг хүмүүсийг төлөв томоотой, хэмжээт эрхт ёс, ардын эрхийг хүндэтгэдэг хүн гэж тодорхойлон, шилээ аяархан авч, хатгамал хуйд хийгээд унжраа айлтгалаа төгсөхчөөн болоход нь, олны санаа амарч, дотор нь онгойв / Он зачитал много цифр: количество человек в семье хошуна столько-то, количество мужчин и женщин столько-то, сколько лам, сколько тайджи-аратов, поголовье крупного рогатого скота, количество единиц имущества, ежегодные налоги за все прошлые годы; затраты на зарплату и канцелярию хошуна, количество судебных исков, поступивших в канцелярию, судебных дел, закончившихся вынесением приговора о наказании; дел, отправленных в высшие судебные органы и ожидающих решения; в завершение речи чиновники, писари, кочегары были названы людьми, уважающими власть и право народа, и многие успокоились, многим стало легче, когда он закончил длинный отчет, тихо снял очки и положил их в вышитых футляр (Б. Ринчин. Цит. по [4, с. 59]);*

2) между несколькими предложениями с целью установления смысловой границы более существенной, чем при постановке запятой (...*Түүнээс болж манайхан ач холбогдол өгнө гэж орос хэлний «придавать значение гэдгийг буруу орчуулж, монголоороо холбогдол өх гэж болдоггүйг боддоггүй; тэрчлэн «поджигатели войны» гэдгийг монголоор дайн өдөөгчид гэж хэлбэл зохихыг бодохгүй, дайн шатаагчид гэж орчуулдаг нь, дайныг харин ч шатааж үгүй хийдэг утгатай болчдог; мөн «нарушать границу» гэдгийг хил зөрчих гэж орчуулаад монголоор хилийг давдаг гэсэн юм, хууль дүрмийг зөрчдөг гэдэг юм хэмээн огтмэдэлгүй буюу бодолгүй орчуулдгаар барахгүй, орсон буурыг бэлгийн дур удамшилд ирсэн буур гэ мэтээр орчуулдаг нь санаандаа одоогоос их л нарийн орчуулж байна гэж бодож байгаа хэрэг. Б.Р. – МХ БЗА-62) / Поэтому наши специалисты неверно переводят русское выражение «придавать значение» как «давать подспорье», не задумываясь о корректности такого перевода; выражение «поджигатель войны» переводят не как «зачинщик войны», а как «тот, кто поджег войну», и получается, что кто-то устроил поджог и уничтожил войну; выражение «нарушить границу» ошибочно переводят как «пересечь границу», и даже «гонимый самец верблюда» переводится как «самец верблюда, достигший генетического либидо», и этим переводчикам кажется, что они очень тонко переводят текст с русского языка на монгольский;*

3) в конце рубрик перечисления, если эти рубрики не являются самостоятельными предложениями и внутри них имеются запятые (*Эд өлгийн сурвалж зүйлд археологийн бүх материал холбогдоно. Эдгээр материалын гурван бүлэгт хувааж болох нь: 1) Оромж сууцны дурсгал, өөрөөр хэлбэл, анхны хүний бууц, нуранхай балгас балгасын ор үлдэгдэл; 2) Үхэгсэдийг оршуулсан явдалтай холбогдсон дурсгалын зүйл; 3) Хөсрөөс олдсон, мөн нууж дарсан газраас олдсон зүйл болно (Монголын түүх) / К материальным источникам относятся все археологические материалы. Следует разделить эти материалы на три группы: 1) памятники (жилища, первобытные стоябища, руины, развалины); 2) захоронения,*

предметы, связанные с похоронным обрядом; 3) предметы, найденные при раскопках (История Монголии) (Цит. по [4, с. 59]).

Ц. Дамдинсүрэн указывает две позиции употребления знака препинания [5, с. 175]: 1) между распространенными однородными членами предложения, выражающими перечислительные отношения, если внутри них имеются запятые, устанавливающие смысловые границы (**Бодисын зүйлүүд гэхэд төмөрлөгийн зүйл; алт мөнгө зэс зэрэг чулууны зүйл; боржин цахиур мана биндарьяа гантиг зэрэг ургамлын зүйл; мод өвс харгана заг зэрэг амьтны зүйл; загас жараахай шувуу могой мал хүн зэрэг / Природа – это металлы (золото, серебро, железо); камни (гранит, кремнь, халцедон, мрамор); растения (дерево, трава, саксаул); живые существа (рыба, птица, змеи, звери и человек); 2) между грамматически законченными предложениями, тесно связанными по смыслу (**Манай аргал бороонд их норжээ; нар гараасай; аргал хатах сан / Наши кизяк промок под дождем; поднятыся бы солнцу; высушится бы кизяк; Би бүх хэрэглэгдэх материалаа, ном судраа судалж гүйцлээ; одоо нэгтгэн дүгнэх, зохиож бичих хэрэгтэй / Я изучил все материалы и источники, которые использованы; теперь необходимо обобщить сведения и изложить их**).**

Ж. Баянсан, Н. Дамдинсүрэн отмечают востребованность точки с запятой в научных и официально-деловых текстах (распоряжения, инструкции, законодательные документы), тогда как в текстах художественного стиля этот знак практически не встречается [6, с. 262]. Исследователи отмечают большую востребованность знака при перечислении после двоеточия, следующего за обобщающим словом [5, с. 175]. В учебнике Института языка и литературы Академии наук «Синтаксис современного монгольского языка» (ред. Ш. Барайшир) подчеркивается наибольшая частотность точки с запятой в текстах научного и официально-делового стиля: **Жишээ нь: Ардын боловсролын талаар: – Ардын боловсролын системийг цаашид улам боловсронгуй болгох, сургалтын агуулга чанарыг сайжруулах, түүнийг үйлдвэрлэлтэй холбох хүүхдийг сургах хүмүүжүүлэх ажилд эцэг эх багш олон нийтийн гүйцэтгэх үүргийг дээшлүүлэх; – дээд тусгай дунд боловсролын системийг улам хөгжүүлж онол, улс төрийн хувьд өргөн мэдлэг бүхий мэргэжилтэн нарыг бэлтгэх; – насанд хүрэгчдийг үйлдвэрлэлээс хөндийрүүлэлгүй сургах системийг хөгжүүлэн, мэргэжилтнийг эчнээгээр буюу оройн сургуулийн системээр бэлтгэх (МАХН – ын программ. Дүрэм. УБ., 1981) / Относительно народного образования: – Усовершенствовать систему народного образования в дальнейшем, улучшить содержание и качество обучения, объединить его с производством, повысить исполняющую роль родителей, учителей и общественности в работе обучения и воспитания детей; – развивать систему высшего, среднего специального образования, подготовить специалистов с теоретически и политически расширенным знанием; – развивать систему обучения взрослых, не отрывая от производства, организовать заочное и вечернее обучение будущих специалистов (Программа МНРП. Устав. УБ., 1981).**

В русском языке точка с запятой чрезвычайно употребительна и многофункциональна в художественных текстах XIX в. (Н. В. Гоголь, Л. Н. Толстой, И. С. Тургенев, А. П. Чехов) и XX в. (К. С. Паустовский). Она встречается в предложениях с распространенными однородными членами (так же, как в монгольском языке) или в сложных предложениях однородного состава. Предусматриваются следующие случаи постановки знака: 1) при однородных распространенных придаточных частях сложноподчиненного предложения, содержащих запятые (*О чем же думал он? О том, что был он беден; что трудом он должен был себе доставить и независимость, и честь; что мог бы Бог ему прибавить ума и денег; что ведь есть такие праздные счастливыцы, ума недалекого, ленивыцы, которым жизнь куда легка (А. Пушкин); 2) между распространенными частями сложносочиненных предложений, имеющих внутри запятые перед союзами **но, однако, зато, да и, реже – перед союзом а** (*Учился он порядочно, хотя часто ленился; он никогда не плакал; зато по временам находило на него дикое упрямство (И. Тургенев); 3) точка с запятой ставится в бессоюзном сложном предложении, если а) предикативные части отдалены друг от друга по смыслу или значительно распространены и имеют внутри себя запятые (*Березы, тополя, черемуха распускали свои клейкие и пахучие листья; липы надували лопавшиеся почки (Л. Толстой); б) бессоюзные сложное предложение распадается на части (группы предложений), в свою очередь образующие бессоюзные сложные предложения с перечислительными отношениями (*Грачи улетели, лес обнажился поля опустели; только несжата полоска одна (Н. Некрасов); 3) бессоюзное соединение частей предложения сочетается с союзным (нередко между частями, связанными без союзов, ставится точка с запятой, а между частями, связанными союзом, – запятая) (*Обед кончился; большие пошли в кабинет пить кофе, а мы побежали в сад шаркать ногами по дорожкам, покрытым упавшими желтыми листьями, и разговаривать (Л. Толстой).* В отличие от монгольского языка, в русской пунктуации точка с запятой может присутствовать при передаче значений причины, следствия, уточнительно-разъяснительных смыслов, а также перед конструкцией дополнительно-вставочного характера, что не характерно для текстов монгольского языка: *Я стал кричать, звать на помощь; все в доме всполошились (И. Тургенев); Засуха стояла тогда такая, что никто и не запомнит; в воздухе не то дым, не то туман, пахнет гарью, мгла, солнце, как ядро раскаленное, а что пыли – не прочихаешь (И. Тургенев).* Обратим внимание на специфику отражения точки с запятой при переводе русских художественных текстов на монгольский язык, на ее замену другими знаками препинания вследствие неактуальности данного знака для художественного стиля.****

В ходе анализа пунктуации в текстах русской литературы XIX в. и в переводах этих текстов на монгольский язык выявлялись особенности функционирования точки с запятой и способы ее замены при

переводе и сопоставлялись смыслы исходного и переводного текста с помощью обратного перевода монгольского текста на русский язык. Отмечены следующие результаты преобразования точки с запятой как знака, не характерного для художественных текстов на монгольском языке.

1. Внесение дополнительных смыслов в исходное предложение русского текста:

Хорь расплодил большое семейство, покорное и единомушное; У Калиныча была жена, которой он боялся, а детей и не бывало вовсе (И. С. Тургенев) / **Хорийнх их онор өтгөн, гэвч тэднийхэн ах захаа мэднэ, их толгой гаргах хүнгүй. Гэтэл Калиныч урьд эхнэр авч тэрнээсээ ухаангүй айдаг, өөрт нь ганц үр хүүхэд заяасангүй** (Пер. Б. Сэдсүрэн, Г. Даваасүрэн) / У Хоря была большая семья, покорная, единомушная. Но у Калиныча была жена, которой он боялся, детей не было вовсе.

В предложении текста оригинала представлено сопоставление персонажей, воплощающих две стороны характера русского крестьянина, при этом ни одна из этих сторон не оценивается как сильная или слабая. Использование точки с запятой подчеркивает тесную смысловую связь простых предложений в составе сложного. При переводе на монгольский язык исходный знак заменяется точкой, причем перевод второй предикативной единицы включает противительный союз *гэтэл*. Следовательно, сопоставление образов персонажей заменяется частичным противопоставлением.

Мой отец, человек еще молодой и очень красивый, женился на ней по расчету; она была старше его десятью годами (И. С. Тургенев) / **Миний эцэг цэвэрхэн, залуу,сайхан эр ээжтэй сэтгэлээр биш, хөрөнгөнд нь болж өөрөөсөө арав эгч түүнтэй гэрлэжээ** (Пер. Д. Батсүх) / Мой отец, молодой, красивый мужчина, женился на маме старше его на десять лет по расчету, а не по любви.

При переводе точка с запятой игнорируется, и бессоюзное сложное предложение превращается в простое осложненное. При сохранении общего смысла добавляется эксплицированное противопоставление «по расчету, а не по любви», синтаксически не представленное в тексте Тургенева.

2. Изменение синтаксических характеристик исходного предложения (замена точки с запятой постановкой запятой при дополнительно используемых союзах):

Хорь был человек положительный, практический, административная голова, рационалист; Калиныч, напротив, принадлежал к числу идеалистов, романтиков, людей восторженных и мечтательных (И. С. Тургенев) / **Хорь нь буурь суурьтай, туршлагатай, албархуу, ажилч хүн байхад, Калиныч нь тийм биш, харин ч хэтэрхий хоосон хүсэл мөрөөдөл, хөөргөн дэврүү зантай хүн юм** (Пер. Б. Сэдсүрэн, Г. Даваасүрэн) / В то время как Хорь человек положительный, практический, административная голова, Калиныч не такой, напротив, идеалист, романтик (мечтательный и восторженный человек). При переводе точка с запятой заменяется запятой и введением подчинительного союза «в то время как», обуславливающим изменение синтаксической характеристики предложения (бессоюзное/сложноподчиненное). Актуализируются сопоставительно-противительные отношения между частями предложения вместо сопоставительных в исходном предложении.

Андрей Андреич играл; все слушали молча (А. Чехов) / **Андрей Андреичийг тоглож байхад бусад нь чимээгүй сонсоно** (Пер. Р. Гүрбазар) / Когда Андрей Андреич играл, другие слушали молча. При переводе точка с запятой игнорируется, и содержание сложного бессоюзного предложения передается сложноподчиненным с придаточным времени.

Вот кто-то вышел из дома и остановился на крыльце; это Александр Тимофеевич, или Саша, гость, приехавший из Москвы дней десять назад (А. Чехов) / **Гэтэл хэн нэгэн хүн байшингаас гарч үүдний довжоон дээр зогссон нь арав хоногийн өмнө Москвагаас ирсэн энгийнээр ердөө л Саша гэж дууддаг Александр Тимофеевич ажээ** (Пер. Р. Гүрбазар) / Тот, кто вышел из дома и остановился на крыльце, это Александр Тимофеевич, которого называли просто Саша, приехавший из Москвы дней десять назад. В переводном тексте содержание бессоюзного сложного предложения отражено сложноподчиненным с определительным придаточным, включающим обособленный элемент, что усложняет исходную синтаксическую структуру и в меньшей степени концентрирует внимание читателя на введении нового персонажа (Александр Тимофеевич).

3. Сужение распространения предложения до его завершения (замена точки с запятой точкой, дробление сложного бессоюзного предложения на самостоятельные простые):

В доме Шуминых только что кончилась всенощная, которую заказывала бабушка Марфа Михайловна, и теперь Наде – она вышла на минутку – видно было, как в зале накрывали на стол закуски, как в своем пышном шелковом платье суежилась бабушка; отец Андрей, соборный протоиерей, говорил о чем-то с матерью Нади, Ниной Ивановной, и теперь мать при вечернем освещении сквозь окно почему-то казалась очень молодой; возле стоял сын отца Андрея, Андрей Андреич, и внимательно слушал (А. Чехов) / **Эмээ ээж Марфа Михайловнагийн хийлгэсэн үдшийн өргөл буян Шуминийхэнд өндөрлөөд, танхимд зуушны ширээг хэрхэн бүтээсэн нь эмээ ээж нь ганган торгон даашинзтайгаа хэрхэн нааш цааш явж байгаа нь цэцэрлэгт түр гарсан Надяд тод харагдах ажээ. Сүмийн ахлах санваартан, лам багш Андрей Надягийн ээж Нина Ивановнатай ямар нэгэн юм ярилцана. Үдшийн гэрэл гэгээнд цонхны цаана байгаа түүний ээж яагаад ч юм бэ, их л залуу мэт харагдана. Хажууд нь лам багш Андрейгийн хүү Андрей Андреич тэдний яриаг чих тавин сонсоно** (Пер. Р. Гүрбазар) / В доме Шуминых только что кончилась всенощная, которую заказывала бабушка Марфа Михайловна, Наде, которая вышла в сад на минутку было видно, как в зале накрывали на стол закуски, как в своем пышном шелковом платье суежилась бабушка. Отец Андрей, соборный протоиерей, говорил о чем-то с матерью Нади, Ниной Ивановной. Мать

при вечернем освещении сквозь окно почему-то выглядела очень молодой. Возле стоял сын отца Андрея, Андрей Андреич внимательно слушал их разговор. Точка с запятой в бессоюзном сложном предложении текста Чехова, продолжающая последовательность запятых, подчеркивает единство восприятия героиней всего происходящего с одной стороны и значимость последнего фрагмента описания – с другой. При переводе на монгольский язык предикативные части бессоюзного сложного предложения становятся самостоятельными, не связанными грамматически и в большей степени автономными по смыслу, отстраненными от субъекта восприятия (*Надя*).

В двух последующих примерах точка с запятой заменяется точкой, дробя сложное бессоюзное предложение на простые, в меньшей степени передающие единство аспектов ситуации, отражаемой и оцениваемой автором.

Ей, Наде, было уже двадцать три года; с шестнадцати лет она страстно мечтала о замужестве, и теперь, наконец, она была невестой Андрея Андреича, того самого, который стоял за окном; он ей нравился, свадьба была уже назначена на седьмое июля, а между тем радости не было, ночи спала она плохо, веселье пропало... (А. Чехов) / **Надя одоо хорин гуравтай, арван зургаан настайгаасаа эхлэн хүнтэй суухсан гэж хүсэл мөрөөдөл болсоор харин одоо цонхны дэргэд зогсож байгаа мөнөөхөн Андрей Андреичийн сүйт бүсгүй болжээ. Залуу бүсгүйд тэр залуу таалагдсанаар барахгүй бүр долдугаар сарын долоонд хуримаа хийхээр нэгэнт товлосон хэр нь нэг их баяр хөөргүй, шөнө нойр хулжин цог жавхаа нь арилжээ** (Пер. Р. Гүрбазар) / *Наде было уже двадцать три года, с шестнадцати лет она страстно мечтала о замужестве, и теперь она стала невестой Андрея Андреича, того самого, который стоял за окном. Он ей нравился, свадьба была уже назначена на седьмое июля, а между тем радости не было, ночи спала она плохо, веселье пропало.*

Бабушка хлопотала за самоваром, глубоко вздыхала; Нина Ивановна рассказывала по вечерам про свою философию; она по-прежнему проживала в доме, как приживалка, и должна была обращаться к бабушке за каждым двугривенным (А. Чехов) / **Эмээ ээж гүнээр шүүрс алдан халуун тогоотой ноцолдоно. Нина Ивановна үдшийн цагаар өөрийн гүн ухааныг сурталдана. Тэр бүсгүй энэ гэрт гадны хүн шиг сууж арав хорин мөнгөний хэрэгцээ гарсан ч эмээ ээжээс гуйна** (Пер. Р. Гүрбазар) / *Бабушка хлопотала за самоваром глубоко вздыхала. Нина Ивановна рассказывала по вечерам про свою философию. Она проживала в доме, как приживалка, и должна была обращаться к бабушке за каждым двугривенным.*

Итак, в переводах русских художественных текстов на монгольский язык точка с запятой в сложных бессоюзных предложениях последовательно заменяется точкой или запятой. При этом синтаксические свойства исходной предикативной единицы могут изменяться (бессоюзное/сложносочиненное, бессоюзное/сложноподчиненное), а содержание предложения, сохраняясь в целом, получает дополнительную актуализацию тех или иных смыслов, не проявленную грамматически в исходном тексте.

Необходимо отметить, что взаимозаменяемость запятой, точки и точки с запятой возможна, но не абсолютна, поскольку функции этих знаков при их формальном сходстве заключают в себе и ощутимые различия. Знак всё чаще употребляется как фиксатор смысловых разрывов в тексте, он разъединяет тематически отстоящие друг от друга части предложений, помогает перераспределять смысловые и грамматические связи слов. Точка с запятой, поставленная в том или другом месте, сообщает предложению единственное прочтение, тогда как при запятой допускается разное толкование. В других случаях точка с запятой может помочь избежать логической или смысловой ошибки. Всё это подтверждает важность, значимость точки с запятой в современной системе пунктуации [7, с. 115–116].

По наблюдению Ш. Лувсанвандан, разграничительная функция точки с запятой выражена сильнее, чем у запятой, но слабее, чем у точки [8, с. 350]. Эту градацию, а также существенные различия в функционировании знака препинания в разных языках (например, в русском и монгольском) необходимо учитывать при переводе художественных и публицистических текстов для достижения успешной международной письменной коммуникации.

Список использованных источников

1. Валгина Н. С. Активные процессы в современном русском языке. – М., 2001. – 304 с.
2. Абакумов С. И. Методика пунктуации. – М., 1954. – 117 с.
3. Ицкович В. А. Опыт описания современной пунктуации // Нерешенные вопросы русского правописания. – М., 1974. – С. 170–191.
4. Пагва Т. Монгол хэлний цэг цэглэлийн тухай асуудал // Монгол хэл бичгийн зарим асуудал. – УБ., 1959. – С. 76.
5. Дамдинсүрэн Ц. Бүрэн зохиол. – Т. IV: УБ., 2008. – С. 164–178.
6. Баянсан Ж. Цэг цэглэл // Орчин цагийн хэлний өгүүлбэр зүй / Под ред. Ш. Барайшир. – УБ., 1989. – С. 253.
7. Валгина Н. С. Актуальные проблемы современной русской пунктуации. – М., 2004. – 259 с.
8. Лувсанвандан Ш. Монгол хэлний зүй. – УБ., 2010. – 373 с.

Душчулуун С., студент

Национальный исследовательский Томский государственный университет

E-mail: suvdantsetseg@mail.ru

Гарганеева К. В., канд. филол. наук, доцент

Национальный исследовательский Томский государственный университет

E-mail: garganeeva_kseni@mail.ru

Dushchuluun S., Garganeeva K. V.

SEMICOLONS IN TEXTS OF THE RUSSIAN AND MONGOLIAN LANGUAGES: COMPARATIVE ANALYSIS OF THE FUNCTIONS

The significance of the study is highlighted by the practical importance of solving problems with translation of punctuation, promoting successful cross cultural written communication. Overlapping and specific functions of semicolons for the Russian and Mongolian languages have been revealed by the comparative analysis method. The texts of the literature and official documents were analyzed as part of the study. Functions of semicolons, full stop and comma have been compared in these languages. The problems associated with translating punctuation have been stated.

Keywords: *semicolon, Mongolian language, Russian language, function, translation.*

Dushchuluun S., student
National Research Tomsk State University
E-mail: suvdantsetseg@mail.ru

Garganeeva K. V., PhD in Philology, Associate Professor
National Research Tomsk State University
E-mail: garganeeva_kseni@mail.ru

Нгуен Хо Хоанг Хинь, Галанина Е. В.

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ПЛЯЖНОГО ВИДА ОТДЫХА И ТУРИЗМА ВО ВЬЕТНАМЕ (НА ПРИМЕРЕ КУРОРТА МУЙНЕ)

Статья посвящена анализу проблем и перспектив развития пляжного вида отдыха и туризма во Вьетнаме, на примере достаточно популярного для иностранных туристов курорта – Муйне. Выявлены и описаны сдерживающие факторы развития туризма во Вьетнаме, даны рекомендации по популяризации курорта. Проведен анализ туристических ресурсов и инфраструктуры, необходимой для развития пляжного вида отдыха и туризма в Муйне. Разработан собственный туристический продукт для российских туристов в рамках активного, пляжного вида отдыха – кайтсерфинга.

Ключевые слова: *Вьетнам, Муйне, кайтсерфинг, туристический продукт.*

Актуальность темы исследования связана с тем, что сегодня страны Азиатско-Тихоокеанского региона привлекают всё большее количество туристов. Многие российские туристы, посетив Тайланд, проявляют интерес к другим подобным направлениям. Вьетнам – бесспорный лидер в подобном «переключении».

Сегодня пляжный вид отдыха и туризма является самым популярным во всем мире. Три четверти туристов предпочитают путешествия с отдыхом на морских побережьях. Подобный тип отдыха можно охарактеризовать формулой, известной как «три S»: море-солнце-пляж (Sea-Sun-Sand). Пляжный отдых включает различные рекреационные занятия, например, прогулки по побережью, купание, солнечные ванны, катание на яхтах/катерах, а также активные виды отдыха: спортивные игры на пляже, серфинг и виндсерфинг, подводное плавание, рыбалка.

Поскольку сегодня пляжный отдых является самым популярным видом отдыха, а также существует достаточно большое количество направлений и типов пляжного отдыха, туристу, по сути, предоставляется огромный выбор.

Вьетнам в настоящее время начинает активно развивать пляжный туризм с целью привлечения, в том числе, российских туристов. Вьетнам надеется к 2020 г. начать ежегодно принимать по 350 тысяч туристов из России. По мнению заместителя главы национальной администрации по туризму Вьетнама Нгуена Ман Суонга, Россия является важным рынком для туристической индустрии Вьетнама, хотя и не входит в десятку стран-лидеров по числу туристов, посещающих страну. На увеличение российского турпотока во Вьетнам благотворное влияние оказало смягчение визового режима, введенное в январе 2009 г. [1].

Туристов из России интересует пляжный отдых с первоклассным обслуживанием. Только в сентябре 2010 г. провинцию Бин-Туан, известную своими пляжами, посетило 62 тысячи туристов из России. Вьетнам – страна, не утратившая свои древние традиции и самобытную красоту [2].

Примерно около половины российских туристов, посещающих Вьетнам, посещают и Халонг. Они совершают незабываемую прогулку на судне между многочисленными островами залива, в который, согласно легенде, тысячу лет назад приземлился огромный дракон. Залив Халонг во Вьетнаме вошел в число семи природных чудес света. Туристы также посещают плавучую рыбацкую деревню, пещеру Тхиен Кунг, плавают на каяках, купаются в море, загорают на пляжах. Главной особенностью Халонга является россыпь примерно полутора тысяч небольших островов. На нескольких островах есть пещеры и гроты, вода большую часть года в заливе теплая.

Вьетнам располагает несколькими объектами, внесенными в реестр ЮНЕСКО как мировое достояние человечества. Халонг тоже входит в него как один из выдающихся природных объектов. Подавляющая часть иностранных туристов едет по одному маршруту, который занимает лишь малую часть всего залива. В нем имеется еще много других мест, не менее интересных.

Туристический бизнес во Вьетнаме в течение нескольких последних лет переживает значительное улучшение. Страна становится всё более и более привлекательной для туристов, но, несмотря на это, существуют факторы, сдерживающие развитие туризма во Вьетнаме: невысокое качество обслуживания; малое количество сотрудников, знающих русский язык; негативное воздействие туризма на окружающую среду.

Среди туристов Вьетнам пользуется популярностью и хорошей репутацией. Сюда со всего мира приезжают туристы. Значительная часть туристов предпочитает провести отдых в Ханое и Хошимине. Эти два города готовы предложить туристам массу развлечений для всех возрастных категорий отдыхающих. Однако уровень обслуживания во Вьетнаме все-таки находится на стадии развития. Требования туристов, которые уже успели побывать в странах Европы, достаточно высоки.

К тому же в последнее время увеличивается туристический поток во Вьетнам из России, что выявило еще одну проблему: достаточно мало гидов и сотрудников социально-культурного сервиса и туризма владеют русским языком.

Другим моментом является то, что наряду с необходимостью привлечь большое количество туристов, отсутствует четкая стратегия, каким образом минимизировать негативные последствия развития туризма на популярных курортах Вьетнама на окружающую среду.

В этой связи можно дать следующие рекомендации: местному населению и национальной туристической администрации следует заняться повышением уровня и качества сервиса, проводить обучение персонала иностранным языкам, а также необходимо сформулировать стратегию развития туризма во Вьетнаме с учетом экологической обстановки.

Известными курортами Вьетнама являются Нячанг, Муйне, Вунг Тау, Ха Лонг, Ханой, Хошимин. Среди них курорт Муйне недавно стал известен как туристическая дестинация для российских туристов.

Муйне принадлежит городу Фантхиет, провинции Биньтхуань. Он находится на юге Вьетнама, в 200 км. от г. Хошимина, на побережье Южно-китайского моря. Муйне славится сочетанием уникальных климатических условий, позволяющим наслаждаться морем и солнцем круглый год; богатым разнообразием морепродуктов и пляжем с белым песком. Здесь активно развивается пляжный отдых, а также индустрия развлечений. Следует отметить, что Муйне считается лучшим местом во всей Азии для занятия пляжными видами спорта, такими как виндсерфинг, кайтинг и серфинг. Школы серфинга и кайтинга в достаточном количестве имеются на побережье. В них предлагаются уроки на различных языках для туристов из разных стран. Здесь можно взять в аренду любое оборудование для занятий любыми пляжными видами спорта.

Курорт имеет один из самых длинных пляжей во Вьетнаме, где чистота всегда соблюдена. Климат в районе Фантьета сухой и жаркий круглый год, что способствует развитию различных видов пляжного спорта. Кроме того, с октября по февраль ветер с моря усиливается, что привлекает сюда серфингистов и кайтеров.

Кайтсерфинг (от англ. «kite» – «воздушный змей») – вид спорта, основой которого является движение под действием силы тяги, развиваемой удерживаемым и управляемым спортсменом воздушным змеем (кайтом). Необходимое требование в кайтсерфинге – это постоянный, достаточно сильный ветер. При отсутствии ветра кататься невозможно. Ветровой диапазон как минимум для новых кайтов примерно от 5 м/с до 25 м/с.

Нами был проведен анализ предложений по кайт-турам в Муйне, результаты которого показали, что в настоящее время мало подобных предложений от туроператоров, возможно, поскольку среди россиян Муйне еще не известен как место для активного отдыха.

Согласно опросу туристического портала «В Отпуск.ру», почти половина российских туристов (48 %) идеальными каникулами считают отдых на пляжах и экзотических островах. Почти 11 % россиян выбирают активный отдых: экстремальные путешествия (6 %) – горы, сафари, дайвинг; экотуризм (5 %) – рыбалка и охота [1].

В результате исследования туристических ресурсов курорта Муйне и анализа потребностей российских туристов, мы пришли к выводу о необходимости проектирования туристского продукта, направленного на пляжный вид спорта – кайтсерфинг, в целях его популяризации. Нами был разработан проект туристического продукта «Кайт-тур в Муйне» на основании технологии, предложенной В. А. Веткиным, а также по собственному алгоритму [3; 4].

Данный туристический продукт направлен, прежде всего, на молодых и активных туристов, а также на любителей кайтсерфинга в возрасте от 18 лет. Тип туристского путешествия – въездной. Вид туристского путешествия – пляжный. Цель путешествия – занятие кайтингом и пляжный отдых. Основными предоставляемыми услугами в программе обслуживания являются: доставка туриста в дестинацию, трансферы, размещение, питание, обучение кайтсерфингу, прокат оборудования. Сроки путешествия – 8 дней / 7 ночей. Ценовая категория – от 30000 руб./чел. до 45000 руб./чел. Маршрут путешествия: Москва – Хошимин – Муйне – Москва – Хошимин.

Разработанный туристический продукт обладает преимуществом перед подобными предложениями на рынке: в туристический пакет включен полный курс обучения кайтсерфингу с опытным инструктором, а также участие в соревнованиях по кайтингу. В результате туристы в дальнейшем уже смогут самостоятельно заниматься кайтингом без инструктора.

Следует отметить то, что туристский продукт «Кайт-тур в Муйне» будет востребован на российском рынке, поскольку предполагает не только пассивный пляжный отдых, но и возможности занятия пляжными видами спорта. Потенциальная аудитория – активные и молодые туристы. Преимуществом данного турпродукта по сравнению с исходным является предоставление качественных услуг с конкурентоспособной ценой.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что Вьетнам сегодня – относительно новое направление для российских туристических операторов. Однако страна, с ее древней самобытной культурой и благоприятными климатическими условиями, давно считалась популярной дестинацией Юго-Восточной Азии. В последнее десятилетие во Вьетнаме начался настоящий экономический бум в связи с процессом глобализации. Особое внимание Вьетнам уделяет развитию туристической отрасли и индустрии развлечений, что постепенно помогает стране бороться за статус туристического культурного центра Юго-Восточной Азии.

Среди известных курортов мира Муйне является новым направлением, но он обладает огромным туристско-рекреационным потенциалом. Курорт предлагает туристам один из самых прекрасных пляжей Вьетнама, комфортабельные отели мирового класса, большие возможности для занятий активными видами спорта: виндсерфинг, серфинг и кайтсерфинг. Для Муйне развитие пляжных видов спорта дает возможность повысить свою конкурентоспособность на мировом туристическом рынке, привлекать поток активных туристов, а также развивать дестинацию как отличное место не только для пляжного отдыха, но и для пляжного спорта.

Список использованных источников

1. Вотпуск.Ру [Сайт]. 1999–2015. URL: <http://www.votpusk.ru> (дата обращения: 13.04.2015).
2. Гастингс Мартин. Вьетнам: путеводитель. – М.: Изд-во ФАИР: Thomas Cook Publishing, 2006.
3. Веткин В. А. Технология создания туристического продукта. – М.: ГроссМедиа: РОСБУХ, 2008. – 200 с.
4. Технологии и организация операторских и агентских услуг: учебное пособие/ сост. Галанина Е. В. – Томск: Изд-во Томского политехнического университета, 2015. – 256 с.

Нгуен Хо Хоанг Хинь, студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

E-mail: rardo107@outlook.com

Галанина Е. В., канд. филос. наук, доцент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

E-mail: galanina@tpu.ru

Nguyen Ho Hoang Hinh, Galanina E.

CHALLENGES AND PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF THE BEACH RECREATION AND TOURISM IN VIETNAM

The article is devoted to the analysis of challenges and prospects for the development of the beach recreation and tourism in Vietnam. Mũi Né, the sufficiently popular resort for foreign tourists, is taken as an example. The deterrents of developing tourism in Vietnam are revealed and described. The recommendations to popularize the resort are given. Tourist resources and infrastructure which are necessary to develop beach recreation and coastal tourism in Mũi Né are analyzed. The own tourist product for Russian tourists within active, beach recreation such as kitesurfing is elaborated.

Keywords: Vietnam, Mũi Né, kitesurfing, tourist product.

Nguyen Ho Hoang Hinh, student

National Research Tomsk Polytechnic University

E-mail: rardo107@outlook.com

Galanina E., PhD in Philosophy, Associate Professor

National Research Tomsk Polytechnic University

E-mail: galanina@tpu.ru

РАЗРАБОТКА ТУРИСТИЧЕСКОГО ПРОДУКТА «НЕЗАБЫВАЕМАЯ КУЛЬТУРА МОНГОЛИИ» В ЦЕЛЯХ РАЗВИТИЯ ЭТНИЧЕСКОГО ТУРИЗМА

В настоящее время вопросы развития туризма в Азиатско-Тихоокеанском регионе являются чрезвычайно актуальными. Сегодня возрастает интерес к сохранению культурной идентичности народов Азии, а также к развитию этнического туризма. В целях популяризации этнического туризма на территории Монголии предлагается проект туристического продукта «Незабываемая культура Монголии» для увеличения российского туристического потока в страну. Делается вывод о наличии достаточных туристических ресурсов для развития этнического, а также других видов туризма в Монголии.

Ключевые слова: этнический туризм, туристический продукт, Монголия.

Актуальность темы исследования определяется тем, что в настоящее время всё большее количество людей по всему миру в связи с необратимыми процессами глобализации проявляют интерес к сохранению самобытности национальных культур. Постепенно возрастает и интерес туристов к подлинной культурной жизни народов, их традициям, обычаям и обрядам, к повседневной культуре и религиозным практикам.

Этнический туризм способствует формированию толерантности, развитию тесных культурных связей между представителями разных народов, включению их самобытной национальной культуры в мировое наследие. Этнический вид туризма востребован сегодня и будет всё более востребован в будущем в связи с проблемами сокращения этнического и культурного многообразия, соизмеримого сегодня с темпами утраты биологического разнообразия.

Этнический туризм сегодня – достаточно перспективное направление развития международного туризма, базирующееся на этнических, языковых и культурных составляющих. Этот вид отдыха и путешествий имеет основную цель – знакомство с культурой, обычаями, традициями, обрядами, народными праздниками, ремеслом, укладом жизни определенной этнической группы населения. В настоящее время существует тенденция активного развития этнического туризма во всем мире, безусловно, это вызвано процессами глобализации, утратой социальной и культурной идентичности многочисленными этносами и народами.

Коренные народы стран Азиатско-Тихоокеанского региона являются носителями уникальной культуры и быта, поэтому развитие этнического туризма в комплексе с развитием экологического туризма сегодня способствует сохранению культурного наследия региона и является фактором устойчивого развития данных территорий. Этнический туризм следует рассматривать как перспективное стратегическое направление сохранения и развития экономики традиционного хозяйства.

Из стран Азиатско-Тихоокеанского региона наибольшей популярностью с точки зрения развития этнического туризма пользуется Индия: наличие более 200 этносов, древняя и богатая история Индии, ее культурное разнообразие – всё это делает страну весьма привлекательной для развития международного культурно-познавательного и этнического туризма.

Монголия также славится собственной уникальной кочевой культурой, страна сохранила сегодня достаточно традиционный уклад жизни, что делает ее привлекательной с точки зрения развития этнического туризма. Туристов привлекают в Монголии природные ландшафты, историко-культурные достопримечательности, культура и кочевой образ жизни местного населения.

Цель нашего исследования – проанализировать текущее состояние развития этнического туризма в Монголии и разработать собственный туристский продукт.

Как таковое развитие туризма в Монголии началось только в конце XIX – начале XX в. С 1950 г. Монголия активно начинает развивать туризм: в первую очередь количество приезжающих в Монголию туристов увеличилось в связи с социалистическими изменениями в стране. Существовал целый ряд благоприятных обстоятельств для развития туризма в Монголии на тот момент, среди них: развитие дипломатических отношений с СССР, железнодорожное строительство, идеалы социализма.

Сегодня количество иностранных туристов постоянно увеличивается, основная масса туристов приезжает из соседних стран – России и стран Азиатско-Тихоокеанского региона: Китая, Кореи, Японии [1]. В настоящее время в Монголии развиваются следующие виды туризма: культурно-познавательный, этнический, автомобильный, экстремальный, экологический. Наиболее популярными являются этнический и культурно-познавательный туризм.

Успех развития туризма в стране во многом зависит от того, насколько сильно оказывается государственная поддержка данной отрасли экономики. Проанализировав систему государственной политики в области туризма в Монголии, можно сделать вывод о том, что сегодня существует необходимость проведения более активной государственной политики в Монголии для развития международного туризма. Правительством регулируется сфера туризма: установлены законодательные и нормативные стандарты туристской деятельности («Закон о туризме», «Закон о лицензировании отдельных видов туристской деятельности»), приняты государственные программы развития туризма в стране («Программа по развитию туризма в Монголии на 2012–2016 годы») [2].

В Программе сформулированы следующие задачи: развитие экологического, культурно-познавательного видов туризма, соответствующих принципам устойчивого развития территории;

установление законодательных ограничений на добычу полезных ископаемых в целях сохранения природы в первозданном виде; развитие туристской инфраструктуры; создание музейных комплексов (например, музея палеонтологии в г. Улан-Батор) и национальных парков; увеличение количества международных рейсов в два раза; создание информационных туристических центров в регионах, которые будут продвигать туристический продукт [2].

Однако наряду с этим, существует достаточно много сдерживающих факторов для развития туризма в стране сегодня, в том числе связанных с государственной политикой в данной сфере. Среди них можно выделить следующие: сформированный имидж Монголии как страны бедной, неразвитой и неблагоприятной для туризма; слабое развитие туристической инфраструктуры; отсутствие эффективных рекламных и PR-компаний на международном рынке; недостаточное информирование туристов о туристском потенциале и возможностях посещения страны; неразвитость туристской индустрии; невысокое качество предоставляемых услуг. Также немаловажным аспектом является отсутствие интересных и востребованных туристических продуктов и предложений на туристском рынке, в том числе по этническому туризму.

Анализируя современное состояние и перспективы развития этнического туризма, мы пришли к выводу, что необходима разработка качественного туристского продукта, способного привлечь российских туристов. Нами был разработан проект туристического продукта «Незабываемая культура Монголии» на основании технологии, предложенной В. А. Веткиным, а также собственного алгоритма [3; 4].

Нами был проанализирован рынок предложений по этническому виду туризма в Монголии для российских туристов. В настоящее время существует ограниченное количество предложений туроператоров на рынке; так, например, туристическая фирма «Саян радиана» предлагает 17 вариантов туров на озеро Хубсугул, только один из которых включает посещение местных жителей – оленеводов; туристическая фирма «Кайлаш» предлагает окунуться в зимнюю жизнь кочевых монголов, побывать на фестивале тысячи верблюдов, празднике охотничьих орлов; познакомиться с игрой на морин хууре (традиционный струнный инструмент) [5; 6]. Однако специализированных этнических туров на рынке не представлено.

Монголия обладает богатыми туристическими ресурсами, достаточно большим туристским потенциалом для развития этнического туризма. На территории Монголии насчитывается около 20 монгольских и немонгольских по происхождению этнических групп, которые отличаются друг от друга укладом жизни, диалектом, национальной одеждой и т. д.

Далее нами были выделены туристские ресурсы, которые будут задействованы при разработке туристического продукта.

Улан-Батор – столица Монголии, которая расположена в долине реки Туул, на высоте 1300–1350 м. Город выделен в самостоятельную административную единицу. Площадь – 4704,4 км², население – 1400000 чел. (2012) [7]. В этом городе туристы смогут посетить достопримечательности: центральная площадь города – площадь Сухэбатора, Национальный детский парк, Мемориал Зайсан, построенный к 50-й годовщине событий на Халкин-Голе; Буддийский монастырь Гандан, главной святыней которого является 26-метровая позолоченная статуя Мэгджида Джанрайсэга; Государственный музей истории, Музей истории природы; Монастырь Чойжин Лама и Дворец Богдо Хана; музей изобразительного искусства и др.

Национальный парк «Монголия XIII века» находится в 100 километрах от Улан-Батора, в степном районе. Парк представляет собой традиционную монгольскую стоянку в стиле XIII в., состоит из 6 лагерей, где туристы могут познакомиться с внутренним убранством юрты воинов и их начальника, примерить традиционную монгольскую одежду, стать свидетелями ежедневной жизни монгольского пастуха и его семьи, узнать больше об уникальной культуре и познакомиться с традиционными способами образования.

В 1992 г. был образован *Хубсугульский национальный парк* (838,1 тыс. га) с администрацией в пос. Хатгал Хубсугульского аймака. Среди национальных парков страны территория национального парка с озером Хубсугул считается одной из самых красивых и представляет собой уникальный природно-этнографический комплекс. В Прихубсугулье местное население разводит сарлыков и северных оленей, а народности, населяющие этот край (дархаты, сойоты, цаатаны, эвенки, буряты, тувинцы), до сих пор исповедуют шаманизм. Озеро Хубсугул считается самым красивым озером в Монголии. Это самое глубокое озеро в стране. Это второе по величине пресное озеро в Центральной Азии. В нем сосредоточено около 1–2 % мирового запаса пресной воды.

Дархадская котловина – расположена в 40–50 км западнее озера Хубсугул. В долине проживают преимущественно скотоводы, по национальности дархаты, урянхайцы и халхасцы, ведущие кочевой образ жизни. Местное население сохранило традиционный уклад кочевого образа жизни. Среди этнографов Дархадская котловина известна как «северный оплот монгольского шаманизма». В Дархадской котловине сохранилась, как нигде более в Монголии, шаманская традиция поклонения 44 черным тэнгриам и 55 белым тэнгриам [8].

Музей истории в сомоне Рэнчинлхумбэ. Сомон Рэнчинлхумбэ – проживает 4284 человека (2000 г.), по национальности в основном дархаты. Здесь можно посетить музей истории сомона. Уникальные предметы монгольской старины и ритуальные предметы из дархадских буддийских монастырей собраны в двух комнатах музея. Необычная полуметровая деревянная скульптура сарлыка – тотемного животного одного из дархадских родов. Коллекция старинных монгольских чайников, буддийских бурханов, предметы шаманского культа, монеты, живописные танка, старинные карты Дархадской котловины, а также экспозиция о достижениях и жизни этого сомона Монголии [8].

В результате проведенного исследования был разработан туристский продукт «Незабываемая культура Монголии». Цель турпродукта – знакомство с традиционным укладом жизни и культурой жителей кочевых народов Монголии. Диапазон продолжительности тура – от 9 до 11 суток. Целевая аудитория – люди в возрасте от 25 до 60 лет, которые интересуются уникальной культурой Монголии, наслаждаются погружением в другую культуру, предпочитают покупать турпродукты в ценовой категории от 2000 руб./день/чел. до 5000 руб./день/чел., что соответствует туристскому классу обслуживания.

Предлагаемый маршрут тура: г. Улан-Удэ – г. Улан-Батор – сомон Эрдэнэ – аймак Мурэн – сомон Хатгал – сомон Ренчинлхумбэ – аймак Мурэн – г. Улан-Батор – г. Улан-Удэ. Во время тура туристы познакомятся с историей Монголии, с кочевой культурой и образом жизни, поучаствуют в мастер-классах по изготовлению традиционных молочных продуктов, позанимаются оленеводством и рыбалкой. Также в программу тура включено посещение музеев, национальных парков, обзорная экскурсия по городу г. Улан-Батор, шоппинг, экскурсия на теплоходе.

Таким образом, разработанный туристический продукт в Хубсугульский национальный парк, который обладает значительными этнографическими ресурсами и является популярной дестинацией, направлен на развитие этнического туризма в Монголии.

Можно подвести итог, что сегодня наряду с наличием сдерживающих факторов развития туризма в Монголии необходимо создание подобного рода туристических продуктов, что повысит конкурентоспособность страны на международном рынке туризма, будет способствовать увеличению туристического потока из России.

Современные туристы всё более заинтересованы в необычных туристических предложениях. Наблюдается рост интереса туристов к культурным особенностям различных этносов и народов. Монголия обладает значительными ресурсами для развития туризма, и этнический туризм является одним из перспективных и приоритетных видов.

Список использованных источников

1. Официальный сайт туристско-информационного центра Монголии [Сайт]. URL: <http://www.touristinfocenter.mn/> (дата обращения: 16.04.2015).
2. Официальный сайт Министерства по спорту и туризму Монголии [Сайт]. URL: <http://mcst.gov.mn> (дата обращения: 16.04.2015).
3. Веткин В. А. Технология создания туристического продукта. – М.: ГроссМедиа: РОСБУХ, 2008. – 200 с.
4. Технологии и организация операторских и агентских услуг: учебное пособие / сост. Галанина Е. В. – Томск: Изд-во Томского политехнического университета, 2015. – 256 с.
5. Официальный сайт турфирмы «Саян радиан» [Сайт]. URL: <http://www.sayan-radian.ru> (дата обращения: 16.04.2015).
6. Официальный сайт информационно-туристического центра «Кайлаш» [Сайт]. URL: <http://kailash.ru> (дата обращения: 16.04.2015).
7. Улан-Батор // Свободная энциклопедия Википедия. URL: <http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A3%D0%BB%D0%B0%D0%BD-%D0%91%D0%B0%D1%82%D0%BE%D1%80> (дата обращения: 16.04.2015).
8. Официальный сайт турфирмы «Байкальская земля» [Сайт]. URL: <http://baik.irkutsk.ru/?rubr=16&doc=85> (дата обращения: 16.04.2015).

Пурэв Мунхгэрэл, студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

E-mail: muugii20carrie@gmail.com

Галанина Е. В., канд. филос. наук, доцент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

E-mail: galanina@tpu.ru

Purev Munkhgerel, Galanina E.

ELABORATION OF THE TOURIST PRODUCT «UNFORGETTABLE CULTURE OF MONGOLIA» TO DEVELOP ETHNIC TOURISM

At the present day the issues of developing tourism in the Asia-Pacific Region are of great interest, which is increasing to the culture identity of Asian nations as well as to the developing of ethnic tourism. To popularize ethnic tourism the project of tourist product «Unforgettable Culture of Mongolia» is offered in Mongolia to increase Russian tourist movement to the country. The authors conclude that there is a lack of resources for developing ethnic tourism and other types of tourism in Mongolia.

Keywords: *ethnic tourism, tourist product, Mongolia.*

Purev Munkhgerel, student

National Research Tomsk Polytechnic University

E-mail: muugii20carrie@gmail.com

Нгуен Тхи Ба Куинь, Галанина Е. В.

ВЬЕТНАМ С ПОЗИЦИЙ РАЗВИТИЯ СВАДЕБНОГО ВИДА ТУРИЗМА

Рассматриваются актуальные вопросы развития свадебного туризма во Вьетнаме. Сегодня всё большее количество российских туристов предпочитают отдых в странах Азиатско-Тихоокеанского региона, в том числе и организацию свадебных путешествий. Вьетнам сегодня является перспективным направлением рекреационного и культурно-познавательного видов туризма, а также обладает привлекательностью и достаточными туристическими ресурсами для развития свадебного туризма. Разработан и представлен собственный туристический продукт в целях развития свадебного туризма во Вьетнаме.

***Ключевые слова:** Вьетнам, свадебный туризм, туристический продукт.*

Актуальность темы исследования связана с тем, что в настоящее время Азиатско-Тихоокеанский регион является достаточно динамично развивающимся регионом мира и, пожалуй, самым обширным туристским регионом. Сегодня он занимает третье место в мировом туристическом потоке. Однако в ближайшее время как ожидается, некоторые страны данного региона выйдут на передовые позиции в мире по числу посещающих их туристов. Туристов привлекают страны Азиатско-Тихоокеанского региона возможностью пляжного вида отдыха и туризма, экзотической природой и традиционной культурой.

С другой стороны, актуальность темы также обусловлена тем, что сегодня всё большее количество людей по всему миру выражают желание отойти от традиционных стандартов свадебной церемонии. Всё большее количество молодых пар обращаются в туристические агентства с целью организации красивого, незабываемого свадебного обряда и путешествия, и чаще всего выбирают для этих целей экзотические страны Азиатско-Тихоокеанского региона.

Свадебные путешествия начали приобретать особую популярность в XIX в., когда многие европейские молодожены считали обязательным посетить Италию или Швейцарию или провести свой отдых на Французской Ривьере [1]. На сегодняшний день кроме Италии и Франции свадебный туризм активно развивается в Лас-Вегасе, Чехии, Греции, Тайланде.

Во Вьетнаме туризм начал интенсивно развиваться только в последние десятилетия. В середине 1990-х гг. рост числа туристов, прибывающих во Вьетнам, стал самым заметным событием на туристском рынке Юго-Восточной Азии. Такому росту способствовало несколько причин: отличные пляжи, занимающие половину территории Вьетнама, экзотичность страны и культуры, а также экономические и политические реформы.

В последнее время туристический поток из России во Вьетнам быстро увеличивается. Если в 2007 г. страну посетило лишь 25,7 тысячи россиян, то уже к 2010 г. в два раза больше – свыше 50 тысяч; в 2012 г. отдохнуло 174,2 тысячи путешественников из России [2]. Прежде всего, отдых на пляже, а также поездки с целью знакомства с культурой и традициями Вьетнама стали популярны среди российских туристов. Свадебный туризм рассматривается как новое, перспективное направление во Вьетнаме.

Особое место на туристическом рынке Вьетнама занимает, на наш взгляд, провинция Кханьхоа. Кханьхоа – провинция в южной части центрального Вьетнама, она не так велика по площади (5197 км²), как необычайно интересна с точки зрения развития различных видов туризма, и особенно свадебного туризма. Туристический центр в провинции Кханьхоа – город Нячанг [3]. В провинции Кханьхоа существует 1098 исторических памятников и природных достопримечательностей, которые находятся под государственной охраной. Часть культурно-исторических и природных туристических ресурсов можно задействовать при организации свадебного путешествия и проведении церемонии.

Со средней температурой 23–26 градусов по Цельсию (зимой немного прохладнее, а летом не так жарко), по сравнению с другими регионами Вьетнама, Нячанг является идеальным местом для организации незабываемой свадебной церемонии под открытым небом. Береговая линия провинции протянулась на 200 км. Здесь расположено более 200 островов. Вдоль берега находится множество известных бухт: Камрань, Ванфонг, Нячанг и др. Бухта Нячанг входит в рейтинг 29 самых красивых бухт в мире, Бухта Камрань считается одной из трех мировых бухт с лучшими природными условиями.

Туристская инфраструктура является одним фактором, оказывающим влияние на развитие свадебного туризма. Строительство отелей, ресторанов и другой инфраструктуры продолжается во Вьетнаме и в настоящее время. Большинство отелей во Вьетнаме имеют международный сертификат или государственную лицензию на категорию «супер», «делюкс», «стандарт». Во многих гостиницах есть SPA-комплексы, предлагающие большой выбор лечебно-оздоровительных программ. Также следует отметить достаточно невысокие цены в отелях и ресторанах Вьетнама. Многочисленные рестораны предлагают посетителям самые изысканные блюда из морепродуктов и традиционные блюда вьетнамской кухни.

Все вышесказанное позволяет сделать вывод о том, что провинция Кханьхоа обладает значительным туристским потенциалом для развития свадебного туризма, здесь сосредоточены богатые природные ресурсы и культурно-историческое наследие. С огромным количеством островов, бухт, пляжей, Нячанг

позволяет туроператорам организовывать незабываемые свадебные церемонии на пляже, а также дарит молодоженам возможность проведения романтического «медового месяца» в экзотической стране.

Несомненно, что услуга по организации свадебной церемонии в другой стране является востребованной на сегодняшний день. Разработка и формирование свадебного тура включает в себя, предоставление основных, дополнительных и сопутствующих услуг, составляющих технологию туристского обслуживания.

Однако в настоящее время на рынке предложений по организации свадебной церемонии во Вьетнаме не много, несмотря на высокий спрос на данный вид туристических услуг. Недостатками большинства туров можно считать то, что в туристический пакет не входят такие услуги, как макияж и прическа невесты, аренда свадебного платья и костюма, профессиональная фото- и видеосъемка, декорирование помещений и др. Также для туристов практически не представлены предложения по организации свадебной церемонии в национальном вьетнамском стиле и аутентичном культурном и символическом содержании. В настоящее время на рынке представлено ограниченное количество действительно качественно разработанных турпродуктов, включающих в себя венчание в буддийском храме, услуги по подготовке жениха и невесты к бракосочетанию.

Таким образом, мы пришли к выводу о том, что необходима разработка качественного туристского продукта в рамках свадебного вида туризма с включением в туристический пакет всех необходимых услуг, а также с вариантом проведения не театрализованной и стилизованной вьетнамской свадьбы, а настоящей свадебной церемонии по буддийским традициям. Нами был разработан проект туристического продукта «Незабываемая свадебная церемония во Вьетнаме» на основании технологии, предложенной В. А. Веткиным, а также собственного алгоритма [4; 5].

Было проведено исследование потребностей туристов, которое показало: молодожены предпочитают организацию свадебной церемонии на пляжном курорте; при выборе отеля предпочитают останавливаться в номерах хорошей категории с видом на море и расположением отеля на первой береговой линии (категория 4–5*); некоторые туристы выбирают свадьбу в традиционном национальном стиле, другая часть – в традициях классической европейской свадьбы, однако на пляже. Пляж, на котором будет проводиться свадебная церемония, должен быть чистым и спокойным, чтобы создать романтическую и благоприятную атмосферу церемонии.

Разработанный нами туристический продукт «Незабываемая свадебная церемония во Вьетнаме» предназначен для молодых пар, которые желают провести необычную и неповторимую уникальную свадебную церемонию в экзотической стране. Тип туристского путешествия – въездной. Вид туристского путешествия – свадебный. Цель путешествия – проведение свадебной церемонии на пляже и венчание в буддийском храме. Основными предоставляемыми услугами в программе обслуживания являются доставка туристов в дестинацию, трансфер от аэропорта до отеля и обратно, размещение в отеле уровня 4–5*, питание в отеле, свадебный пакет. Сроки путешествия – 12 дней / 11 ночей. Ценовая категория – от 2500 \$ / 2 чел. до 3000 \$ / 2 чел.

Путешествие начинается авиаперелетом по маршруту: г. Москва – г. Хошимин, затем осуществляется автодоставка туристов в г. Нячанг, размещение в отеле. Русскоговорящий гид на следующий день встречает невесту у отеля и везет в салон красоты для подготовки к церемонии. Далее молодожены отправляются в буддийский храм на специально декорированной машине. Монахи храма проведут свадебную церемонию по буддийским канонам. Вечером будет организована свадебная церемония на пляже и романтический ужин для пары при свечах. Туристам также будет предоставлена экскурсия по городу Нячанг. Туристы смогут посетить океанографический институт, пагоду Лонг Шон, тямскую башню Понагар, католический собор г. Нячанг, центральный рынок (Тьё Дам).

Преимущество данного предложения заключается в том, что в свадебный пакет всё включено, а также сама свадебная церемония будет происходить не только в символической форме на пляже Нячанга, который является одним из известных и ярких пляжей во Вьетнаме, но и туристам будет предоставлена возможность получения благословения буддийских монахов.

В результате можно сделать вывод о том, что сегодня свадебный туризм – это совершенно новое, но и достаточно перспективное направление развития туризма во Вьетнаме. Вьетнам обладает достаточными туристическими ресурсами и потенциалом для организации свадебных церемоний различного типа. А популярность данного вида туризма среди иностранных туристов будет только расти с каждым днем.

Список использованных источников

1. История свадебного туризма и свадебных путешествий // Всё о туризме: туристическая библиотека. 09.06.2013. URL: http://tourlib.net/statti_tourism/istoria-svadebnogo-turizma.htm (дата обращения: 13.03.2015).
2. Tong Cuc Du Lich // Vietnamtourism.com. 03.04.2014. URL: <http://www.vietnamtourism.com/index.php/news/items/11396> (дата обращения: 13.03.2015).
3. Нячанг-Кханьхоа // ATTravel. 2013–2015. URL: <http://www.attravelvn.com/ru-vietnam/landscapes/central-of-vietnam/nha-trang-khanh-hoa.aspx> (дата обращения: 13.03.2015).
4. Веткин В. А. Технология создания туристического продукта: учебное пособие. – М.: ГроссМедиа: РОСБУХ, 2008. – 200 с.
5. Технологии и организация операторских и агентских услуг: учебное пособие/ сост. Галанина Е. В. – Томск: Изд-во Томского политехнического университета, 2015. – 256 с.

Нгуен Тхи Ба Куинь, студент
Национальный исследовательский Томский политехнический университет
E-mail: baquynh13292@gmail.com

Галанина Е. В., канд. филос. наук, доцент
Национальный исследовательский Томский политехнический университет
E-mail: galanina@tpu.ru

Nguyen Thi Ba Quynh, Galanina E.

VIETNAM FROM THE PERSPECTIVE OF THE WEDDING TOURISM DEVELOPMENT

The topical issues of developing wedding tourism in Vietnam are considered in the article. Today an increasing number of Russian tourists prefer spending their holidays in the countries of the Asia-Pacific Region including the arrangement of wedding journeys. Nowadays Vietnam is an upcoming trend in coastal tourism and cultural educational tourism. It has attractiveness and sufficient tourist resources to develop wedding tourism. The own tourist product is elaborated and offered to advance wedding tourism in Vietnam.

Keywords: *Vietnam, wedding tourism, tourist product.*

Nguyen Thi Ba Quynh, student
National Research Tomsk Polytechnic University
E-mail: baquynh13292@gmail.com

Galanina E., PhD in Philosophy, Associate Professor
National Research Tomsk Polytechnic University
E-mail: galanina@tpu.ru

Цэвэгмэд Гантуяа, Галанина Е. В.

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ АВТОМОБИЛЬНОГО ТУРИЗМА В МОНГОЛИИ

Статья посвящена рассмотрению перспектив развития автомобильного туризма в Монголии. Проведен анализ сдерживающих факторов развития туризма в Монголии в настоящее время, а также описана государственная поддержка данного сектора экономики. Делается вывод о благоприятных условиях для развития автомобильного вида туризма в Монголии. Проанализированы туристические ресурсы Монголии, предложения туроператоров по данному виду туризма. Разработан собственный туристический продукт «На джипах по Монголии» в целях развития автомобильного вида туризма.

Ключевые слова: *Монголия, автомобильный туризм, туристический продукт.*

Актуальность темы исследования обусловлена тем, что сегодня достаточно удобным и популярным средством передвижения и путешествий является автомобиль. В настоящее время достаточно активно по всему миру и в том числе в странах Азиатско-Тихоокеанского региона развивается спортивный туризм. По видам передвижения в данном виде туризма выделяют: мототуризм, автотуризм, велосипедный туризм, парусный туризм, водный, конный, лыжный и др. В данной статье мы рассмотрим автомобильный вид туризма и его развитие в Монголии.

Автомобильный туризм – это путешествия людей в страны или местности, отличные от их постоянного места жительства, в которых основным средством передвижения выступает частный или арендованный автомобиль. В современном мире всё большее количество людей стали перемещаться на автомобилях не только внутри своей страны, но и за ее пределами. Основным преимуществом автомобильного вида туризма является то, что отправиться в путешествие можно в любой момент, независимо от туристической путевки, а также спланировать самостоятельно маршрут, исходя из индивидуальных потребностей.

Автомобильный туризм в Монголии – это относительно молодое, но достаточно перспективное направление развития туризма. Однако следует отметить, что в настоящее время уровень развития данного вида туризма в Монголии не велик.

Проанализируем уровень развития туризма в Монголии в целом. По данным 2012 г., число посетивших Монголию составляло около 624 тыс. человек, из них 475 тыс. были иностранными туристами. В 2013 г. количество посетивших Монголию иностранных туристов увеличилось на 4 %. Монголию посетили туристы из стран Азиатско-Тихоокеанского региона – около 350 тыс., из Европы – 141 тыс., Америки – 20 тыс., Ближнего Востока – 1010 чел. и из Африки 918 чел. Доходы туристической сферы составили 286,5 млн долларов США. Доходы от туризма по сравнению с доходами предыдущего года

увеличились в 1,4 %, что показывает, что в будущем туризм может стать ведущей отраслью экономики Монголии [1].

Для устойчивого развития туризма в стране важно развивать туристическую инфраструктуру. В связи с немалым увеличением посетивших Монголию туристов с каждым годом появляются новые предприятия, занимающиеся туристической деятельностью. По данным 2012 г., в сфере туризма работает 520 туроператоров, 340 гостиниц, 64 из них присвоены категории 1–5 звезд, также 360 туристических баз, 8 авиакомпаний [2].

Для увеличения потока туристов Монголия участвует в различных международных выставках по туризму, таких как ITB – Берлин, WTM – Лондон, JATA – Япония, а также организует туристические мероприятия международного уровня, например выставка «ITF – Mongolia».

Наличие благоприятных факторов приводит к лидерству отдельных регионов и стран в мировом туризме, и, наоборот, нежелательные факторы снижают туристский поток. В настоящее время существует ряд факторов, сдерживающих развитие туризма в Монголии, среди них: слабо развитая туристская инфраструктура; низкий уровень и качество предоставляемых услуг; слабая конкурентоспособность Монголии на мировом рынке туризма; нехватка квалифицированных кадров.

Данные проблемы могут быть решены с помощью государственной поддержки сферы туризма. Для эффективного развития туризма на территории Монголии государство разработало комплекс мер по улучшению уровня развития туризма в Монголии: совершенствование нормативно-правовой базы; определение приоритетных направлений развития туризма; разработка новых целевых программ; строительство парков, музеев, туристских комплексов с помощью частных и государственных инвестиций; улучшение конкурентоспособности страны, увеличение количества рейсов; создание туристических центров в регионах, продвижение туристского бренда Монголии; содействие кадровому обеспечению туристской деятельности [3].

На основе данного комплекса мер уже сейчас в Монголии идет строительство дорог, улучшение туристской инфраструктуры, построен музей «Динозавра по имени Батаар», национальные парки отдыха, большинство авиакомпаний увеличило количество рейсов в два раза, проводится обучение гидов-переводчиков.

В настоящее время в Монголии реализуются долгосрочные целевые программы, например «Развитие сельского туризма в западных регионах Монголии 2012–2015 гг.», в результате реализации которых предполагается создание бизнес-связей между регионами, а также поддержание малого предпринимательства [2]. В рамках долгосрочных целевых программ предполагается усовершенствовать правовые нормы; построить крупные туристические комплексы; развивать инфраструктуру страны; разрабатывать маркетинговую политику, повысить квалификацию кадров; обеспечить безопасность туристов и др. [2].

Следовательно, можно сделать вывод о том, что установленные государством меры по развитию туризма и цели долгосрочных программ в целом совпадают. Таким образом, благодаря осуществлению данных мер, туризм Монголии может стать одной из ведущих отраслей экономики.

Автомобильный туризм является одним из приоритетных для развития на территории Монголии. Нами был разработан проект туристического продукта «На джипах по Монголии» на основании технологии, предложенной В. А. Веткиным, а также собственного алгоритма [4; 5].

Сначала нами были проанализированы туристические ресурсы Монголии, выделены те ресурсы, которые могут быть задействованы при разработке туристического продукта.

Несмотря на то, что Монголия является одной из стран Азиатско-Тихоокеанского региона, которая не имеет выхода к морю, страна достаточно привлекательна для путешествий, поскольку обладает богатым историко-культурным наследием и первозданной природой в нетронутом состоянии. При этом гостеприимное, терпимое ко многому население и множество деревень, в которых мало что изменилось с древних времен, всё больше привлекает туристов из многих стран мира.

Всё большую популярность туризм приобретает на территории южной (Средне-Гобийский (Дундгоби) аймак, Южно-Гобийский (Умну-Гоби) аймак), на центральной части страны (Увэр-Хангай аймак, Архангай аймак) и на территории северного региона (Хубсугул, Булган) Монголии.

Улан-Батор – столица Монголии, главный политический, экономический и культурный центр страны. Расположен в долине реки Туул, на высоте 1300–1350 м. Выделен в самостоятельную административную единицу. Площадь – 4704,4 км², население – 1240037 человек.

Достопримечательности города Улан-Батор [6]

- Гандантэгченлин. С 1944 до 1990 г. это было единственное действующее священное место для верующих. Здесь проживает около 150 монахов. В монастыре стоит известная на весь мир статуя Бодхисатвы Авалокитешвары, охраняемая государством, высота которой составляет 26 м. В начале XX в. в храме проживало много монахов, однако в 1938 г. в разгаре репрессий монастырь закрыли. В 1944 г., по многочисленным просьбам, он вновь стал функционировать.
- Памятник Сухэ-Батору. С 1929 по 1946 г. стоял на площади Сухэбатора. Сам памятник представляет собой огромную белоснежную пирамиду, увенчанную пятиконечной звездой. На лицевой стороне монумента изображен Сухэ-Батор с развевающимся знаменем победы.

- Мемориальный комплекс Зайсан. С холма открывается прекрасный вид на город и долину реки Тола.

Средне-Гобийский (Дундгоби) аймак [6]

Территория Среднегобийского аймака представляет собой холмистые степи. В степи, в самых неожиданных местах встречаются плиточные могилы, мощные курганы, каменные фигуры и мегалитические сооружения, оставленные древними кочевыми племенами.

Достопримечательности Среднегобийского аймака

- Бага газрын чулуу – гранитно-скальная гора высотой 1768 м между сомонами Дэлгэрцогт и Адаацаг Средне-Гобийского аймака. Длина 15 км, ширина 10 км. Водятся лисы, волки, песцы, дикие степные кошки – манулы.
- Монастырь Онгийн хийд – значительные глинобитные развалины буддийского монастыря Онгийн хийд находятся рядом с дорогой между сумами Сайхан-Овоо и Мандал-Овоо, примерно в 187 км юго-восточнее Арвайхэра и в 130 км севернее Булгана. Рядом с разрушенным монастырем построено пять туристических баз, где можно переночевать.
- Монастырь Улгийн хийд – руины мертвого города-монастыря. Любопытно, что они не нанесены на карту достопримечательностей Монголии, найти их довольно трудно из-за сложностей ориентирования на развилках едва заметных дорог в степи. Местоположение древнего города-монастыря, самого большого в южной Гоби, в котором в 1650 г. проживало до 2000 лам, указывает на вершине горы знаменитое «Овоо чистого сердца». В настоящее время здесь восстановлен буддийский храм, в котором ведутся службы. Руины занимают большую территорию, и хотя монголы снова вернулись сюда жить, большая часть развалин остается по-прежнему нетронутой.

Южногобийский аймак [6]

Территория Южногобийского аймака – полупустыня. Известная пустыня Гоби в мире расположена в этой области. Его части – песок Хонгор, Галба, Борзон, Зээмэг. Более чем 250 разновидностей флоры растут на территории аймака. Редкие животные включают диких лошадей, диких овец, диких верблюдов, лис, кроликов и барсуков.

Основная достопримечательность аймака – пустыня Гоби. Гоби – одна из величайших пустынь мира. Гоби растянулась огромной дугой на 1600 км – от северного Китая до юго-восточной Монголии. Пустыня занимает площадь 1,5 млн км², равную Аляске. Пустынные районы на протяжении вот уже 65 млн лет остаются практически безводными и неизменными. За столь долгое время свирепые ветры выдули тонны песка с поверхности и обнажили кости доисторических динозавров.

Увэрхангайский аймак [6]

На центральной части страны наиболее известным является Увэрхангайский аймак. На севере и северо-западе аймака лежат Хангайские горы. Здесь находятся также старейшие буддистские монастыри Монголии: Эрдэни-Дзу и Шанх. Южнее Хангая простирается степная равнина, на крайнем юге – отроги Гоби-Алтайского хребта.

Основной достопримечательностью аймака является Монастырь Эрдэнэ-Зуу – один из самых древних дошедших до наших дней монастырей Монголии. Рядом с монастырем находятся руины древнего города Каракорум, который в течение короткого времени служил столицей Монгольской империи при Угэдей-хане.

Также аймак известен своим культурным ландшафтом, который находится на долине реки Орхон. По формулировке ЮНЕСКО, этот район представляет эволюцию кочевой пастушеской цивилизации в течение двух тысячелетий.

Архангайский аймак [6]

Пейзаж Архангайского аймака Монголии поразителен: широкие реки, несколько вулканов и вулканических озер, обширные леса и пастбища, где пасутся бесчисленные стада яков. На территории Архангайского аймака Монголии расположено одно из красивейших озер Монголии – озеро Тэрхин Цагаан нуур, руины нескольких древних монастырей. Больше всего туристы посещают озеро Тэрхийн Цагаан нуур, развалины города Орду-Балык, ныне орхонский Хара-Балгас (Хар балгас) и Хоргийн-тогоо. Вокруг озера Тэрхийн Цагаан-Нуур находится еще около полутора десятков вулканов, все они потухшие. В окрестностях вулкана находятся несколько месторождений драгоценных камней – пиропов, хризолита и лунного камня, связанные происхождением с вулканической деятельностью в этом районе страны. Особо охраняемая зона Хорго уул (Хоргийн-тогоо) и Цагаан-Нуур была включена в список особо охраняемых объектов Монголии с 1965 г. Зона покрывает всего 773 км².

Хубсугульский аймак [6]

Большие возможности открываются для развития туризма в северном регионе, куда больше всего приезжают туристы, чтобы увидеть тайгу и познакомиться с жизнью жителей, занимающихся оленеводством. В этом регионе расположен Хубсугульский национальный парк. Хубсугульский национальный парк считается одним из самых красивых в Монголии и представляет собой уникальный природно-этнографический комплекс. На территории Хубсугульского национального парка находится вертикальная пещера Монголии – Угуул – глубиной 26 м. Стены входного колодца на всем ее протяжении покрыты льдом. Другая известная пещера, самая крупная в Прихубсугулье – Даин-Дээрхийн.

Булган аймак [6]

Второй по значимости аймак – Булган аймак. В северной части аймака тайга с вечной мерзлотой, в долинах рек Орхон и Селенга обильная растительность, ягоды, орехи, лекарственные растения. Главными достопримечательностями аймака являются Горный массив Хонго Хан, Монастырь Овгон хийд, Развалины Чин Толгойн балгас и Развалины крепости Хар Бух. Горный массив Хогно-хан протянулся на северо-запад более чем на 80 км. Местность представляет собой уникальную картину природных контрастов, сочетающую в себе монгольскую пустыню Гоби и ландшафты Хангай. Монастырь Овгон хийд был построен известным религиозным деятелем средневековой Монголии Занабазаром (Ундур-гэгээном) в честь своего учителя. Развалины крепости Хар Бух Киданьской империи IX–X вв. на берегу реки Хар бухын хорошо сохранились до наших дней.

Анализ туристических ресурсов показывает, что Монголия имеет достаточный потенциал для развития автомобильного туризма. Что касается предложений по автомобильному виду туризма в Монголию, то существует немного туристических фирм, занимающихся разработкой подобных туров. Предлагается в основном путешествие на джипах, поскольку значительная часть пути представляет собой бездорожье. Также продолжительность тура составляет в среднем 12 суток, т. к. приходится преодолевать большие расстояния между объектами туристского интереса.

Кратко опишем разработанный туристический продукт «На джипах по Монголии». Вид туризма – автомобильный. Продолжительность – 2 недели. В течение этого времени туристы будут путешествовать на внедорожниках, посетят большинство монгольских культурно-исторических достопримечательностей, увидят настоящие пески пустыни Гоби, тайгу и вечную мерзлоту, а также отдохнут на берегу пресного озера Хубсугул. Туристы посетят такие известные достопримечательности, как памятник Сухэ-Батору, мемориальный статуй Зайсан и монастырь Гандан-Тэгчинлэн в городе Улан-Баторе, Баянзаг, пески Хонгор, Ёлын Ам в Умнугобийском аймаке, монастырь Эрдэнэ-Зуу, руины города Каракорум в Увэр-Хангайском аймаке, развалины города Хар-Балгас, Орду-балык и озеро Тэрхийн цагаан нуур в Архангайском аймаке и т. д.

Основным преимуществом данного предложения является то, что разработанный тур будет осуществляться на территории семи регионов: г. Улан-Батор – Средне-Гобийский аймак – Южно-Гобийский аймак – Увэр-Хангайский аймак – Архангайский аймак – Хубсугульский аймак – Булганский аймак. В турпродукт включены следующие услуги: доставка туристов в дестинацию, размещение в гостинице и на турбазах; обзорная экскурсия по городу Улан-Батор; услуги гида (переводчика); аренда автомобиля, бензин; питание. Все маршруты рассчитаны на внедорожники класса Toyota Land Cruiser / Nissan Patrol: машины с бензиновым двигателем должны иметь запасные баки на 100 литров.

Разработанный туристский продукт будет способствовать увеличению туристического потока в Монголию из России и в целом повышению привлекательности Монголии на международном туристическом рынке.

Список использованных источников

1. Статья о развитии туризма Монголии в настоящее время (на монгольском языке). URL: <http://davka11.blogspot.ru/> (дата обращения: 12.04.2015).
2. Официальный сайт Министерства по туризму Монголии [Сайт]. URL: <http://mcst.gov.mn> (дата обращения: 12.04.2015).
3. Официальный сайт информационно-туристического центра Монголии [Сайт]. URL: <http://www.touristinfocenter.mn> (дата обращения: 12.04.2015).
4. Веткин В. А. Технология создания туристического продукта. – М.: ГроссМедиа: РОСБУХ, 2008. – 200 с.
5. Технологии и организация операторских и агентских услуг: учебное пособие/ сост. Галанина Е. В. – Томск: Изд-во Томского политехнического университета, 2015. – 256 с.
6. Официальный сайт турфирмы «Легенда тур» [Сайт]. URL: <http://www.legendtour.ru> (дата обращения: 12.04.2015).

Цэвэгмэд Гантуяа, студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

E-mail: gnty11@gmail.com

Галанина Е. В., канд. филос. наук, доцент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

E-mail: galanina@tpu.ru

Tsevegmed Gantuyaa, Galanina E.

PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF AUTOMOBILE TOURISM IN MONGOLIA

The article is devoted to the prospects for developing automobile tourism in Mongolia. The analysis of deterrents in developing tourism in Mongolia is carried out. The government support of this economic sector is described. The favorable conditions to develop automobile tourism in Mongolia are pointed out. Tourist resources of Mongolia and tour operators offers on the given type of tourism are analyzed. To develop automobile tourism the own tourist product «Mongolia by jeeps» are elaborated.

Keywords: *Mongolia, automobile tourism, tourist product.*

Tsevegmed Gantuyaa, student
National Research Tomsk Polytechnic University
E-mail: gnty11@gmail.com

Galanina E., PhD in Philosophy, Associate Professor
National Research Tomsk Polytechnic University
E-mail: galanina@tpu.ru

СОДЕРЖАНИЕ

ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ КОГНИТИВНЫХ И ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ.....	3
Митяева А. П.	
ПОДХОДЫ К ИЗУЧЕНИЮ КОНЦЕПТОВ.....	3
Mitiaeva A. P. Abstract in English.....	8
Мищерикова М. А.	
ЦВЕТОВОЙ КОМПОНЕНТ СКАЗОЧНОГО МИРА.....	8
Mishcherikova M. A. Abstract in English	13
Губаева М. А.	
ЯЗЫКОВОЕ ВЫРАЖЕНИЕ СОСТОЯНИЙ ПЕЧАЛИ И РАДОСТИ В СРЕДНЕВЕКОВОМ ТЮРКОЯЗЫЧНОМ ПАМЯТНИКЕ «КЫССА-И ЙУСУФ» КУЛ ГАЛИ (1233).....	14
Gubayeva M. A. Abstract in English	18
Галинская Т. Н.	
ПРОБЛЕМА САМОПРЕЗЕНТАЦИИ ЯЗЫКОВОЙ ЛИЧНОСТИ ПОЛИТИКА, ИЛИ ПОЧЕМУ В. ЖИРИНОВСКИЙ НЕ БЫЛ ИЗБРАН ПРЕЗИДЕНТОМ РФ	18
Galinskaia T. N. Abstract in English.....	23
Хабибулина А. С.	
ВОСПРИЯТИЕ ЭКСПРЕССИВНОГО ПРАЙМА В ЗАДАЧАХ КАТЕГОРИЗАЦИИ (гендерный аспект) ...	23
Khabibulina A. S. Abstract in English	27
Позовкина К. С.	
КОГНИТИВНАЯ ОБРАБОТКА ВЕРБАЛЬНОГО СТИМУЛА С ОТРИЦАТЕЛЬНОЙ КОННОТАЦИЕЙ МУЖЧИНАМИ И ЖЕНЩИНАМИ: ЭСПЕРИМЕНТАЛЬНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ.....	28
Pozovkina K. S. Abstract in English	32
Васильева А. В.	
КОГНИТИВНАЯ ОБРАБОТКА ДИМИНУТИВА В ГЕНДЕРНОМ АСПЕКТЕ: ЭСПЕРИМЕНТАЛЬНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ.....	32
Vasilyeva A. V. Abstract in English.....	37
Хлебникова А. Л.	
ЖЕСТКО ГЕНДЕРНО МАРКИРОВАННЫЕ МЕТАФОРЫ В РУССКОМ ЯЗЫКЕ	37
Khlebnikova A. L. Abstract in English.....	41
Казарян А. А.	
ЛЕКСИКО-ГРАММАТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ТЕХНИЧЕСКОЙ ДОКУМЕНТАЦИИ (на примере русскоязычных и англоязычных технических описаний)	41
Kazaryan A. A. Abstract in English	46
Куксенок Ю. А.	
МЕТАФОРИЧЕСКОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ В ГЕОЛОГИЧЕСКОЙ ТЕРМИНОЛОГИИ	46
Kuksenok Y. A. Abstract in English.....	48
Булгакова Н. О.	
«МАШИНА» В РУССКОЙ И АНГЛИЙСКОЙ КАРТИНАХ МИРА: ОСОБЕННОСТИ СЛОТОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ	48
Bulgakova N. O. Abstract in English.....	52

Бородина Е. С.

КОНЦЕПТ «ЭНЕРГИЯ» В РУССКОЙ ЯЗЫКОВОЙ КАРТИНЕ МИРА: К ПОСТАНОВКЕ ПРОБЛЕМЫ.....	52
Borodina E. S. Abstract in English	54

Ли Сыюй, Фрик Т. Б.

ЛЕКСИЧЕСКАЯ РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ КОНЦЕПТА ПРИРОДА В ОТЗЫВАХ РОССИЙСКИХ И КИТАЙСКИХ ТУРИСТОВ О КИТАЕ.....	54
Li Siyu, Frik T. B. Abstract in English	58

Дун Чжэньвэй, Ли Сыян, Чжан Синьянь, Фрик Т. Б., Чжан Юнчан

ЛИНГВОКУЛЬТУРНЫЙ ТИПАЖ «ВОДИТЕЛЬ» В РУССКОЙ И КИТАЙСКОЙ ЯЗЫКОВОЙ КАРТИНЕ МИРА (по данным анкетирования)	58
Dong Zhenwei, Liu Siyang, Zhang Xinyan, Frik T. B., Zhang Yongchang Abstract in English	61

Здоровец А. И.

ВОСПРИЯТИЕ ПОЛИМОДАЛЬНОГО ТЕКСТА: СООТНОШЕНИЕ КОДОВ И ТИПОВ ИНФОРМАЦИИ.....	61
Zdorovets A. I. Abstract in English	66

Миклашевский А. А.

АКТИВАЦИЯ ПРОСТРАНСТВЕННОЙ ИНФОРМАЦИИ ПРИ СЛОЖЕНИИ ЧИСЕЛ	66
Miklashevsky A. Abstract in English	69
ACTIVATION OF SPATIAL INFORMATION DURING ADDITION OF NUMBERS	69

Богословская З. М., Щеголихина Ю. В.

МЕТАФОРО-МЕТОНИМИЧЕСКИЕ КОМПОНЕНТЫ «FAMILIE» КАК ЕДИНИЦЫ КОНЦЕПТОСФЕРЫ РОССИЙСКИХ НЕМЦЕВ СИБИРИ	69
Bogoslovskaya Z. M., Shchegolikhina Y. V. Abstract in English.....	75

Захарова У. С.

ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИХ РЕПРЕЗЕНТАНТОВ СМЫСЛА «СИМПАТИЯ К СИЛЬНОМУ / СЛАБОМУ» КУЛЬТУРНОГО ИЗМЕРЕНИЯ «МАСКУЛИННОСТЬ / ФЕМИНИННОСТЬ».....	75
Zakharova U. S. Abstract in English	79

Ананина А. И., Серебренникова А. Н.

ОСОБЕННОСТИ МЕТАФОРИЧЕСКОГО МОДЕЛИРОВАНИЯ В РУССКОЙ И АНГЛИЙСКОЙ НЕФТЕГАЗОВОЙ ТЕРМИНОЛОГИИ.....	80
Ananina A. I., Serebrennikova A. N. Abstract in English	84

Андреев К. П., Никанорова Ю. В.

О ЛАКУНАРНОСТИ И ЕЕ ВИДАХ НА ПРИМЕРЕ ВЕРБАЛИЗАЦИИ МАКРОКОНЦЕПТА «ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО» (на материале немецкого и русского языков).....	85
Andreev K. P., Nikanorova Y. V. Abstract in English	87

Андреев К. П., Седельникова О. В.

СРЕДСТВА ВЕРБАЛИЗАЦИИ КОНЦЕПТА «ЛЕТАТЕЛЬНЫЙ АППАРАТ» В ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОМ И НАУЧНО-ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ (на материале немецкого и русского языков)	87
Andreev K. P., Sedelnikova O. V. Abstract in English	90

Проскокова А. В.

ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ МЕДИАКОНЦЕПТА «НЕФТЬ» В РОССИЙСКОЙ ПРЕССЕ (на материале газеты «Ведомости»)	90
Proskokova A. V. Abstract in English	93

Хабушева Л. М.

ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ КОНЦЕПТА «ЯДЕРНАЯ ЭНЕРГЕТИКА» В МАСС-МЕДИЙНОМ ДИСКУРСЕ (по материалам газеты «Аргументы и факты»)	93
Khabusheva L. M. Abstract in English	97

ЯЗЫКОВАЯ И РЕЧЕВАЯ КОММУНИКАЦИЯ: ДИСКУРСЫ, ЖАНРЫ, СТРАТЕГИИ 98

Бушев А. Б.

НЕГОСУДАРСТВЕННЫЕ УЧАСТНИКИ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ И ДИСКУРС ГЛОБАЛЬНЫХ МЕДИА	98
Bouchev A. B. Abstract in English	103

Казакова О. А., Долганина (Плотникова) А. А.

ЖАНРЫ РЕЧЕВОГО ТВОРЧЕСТВА В ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ НА ФОНЕ ЖАНРОВ КЛАССИЧЕСКОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.....	104
Kazakova O. A., Dolganina (Plotnikova) A. A. Abstract in English	107

Оглезнева О. А.

СТИЛЬ ДИСКУРСА ОФИЦИАЛЬНОГО САЙТА ГУБЕРНАТОРА ТОМСКОЙ ОБЛАСТИ (на примере жанра «Позиция политика»).....	108
Oglezneva O. A. Abstract in English	110

Баранов Д. С.

ЖАНРОВАЯ СПЕЦИФИКА САЙТА НЕФТЕГАЗОВОЙ КОМПАНИИ (на материале сайтов компаний «ГАЗПРОМ» и «SCHLUMBERGER»).....	111
Baranov D. S. Abstract in English	113

Егоров М. А.

ЖАНРОВЫЕ ОСОБЕННОСТИ РУКОВОДСТВА ПО ЭКСПЛУАТАЦИИ АВТОМОБИЛЯ НА РУССКОМ И АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКАХ.....	113
Egorov M. A. Abstract in English.....	117

Нгуен Тхи Ньы Куйнь

ЖАНРОВО-СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ТЕХНИЧЕСКИХ ИНСТРУКЦИЙ (на материале русского языка).....	117
Nguyen Thi Nyi Quynh. Abstract in English	119

Бельская А. Е.

КОРРЕКЦИЯ КОММУНИКАТИВНЫХ НАРУШЕНИЙ ТОЧНОСТИ И КРАТКОСТИ В ИНСТРУКТИВНЫХ ТЕКСТАХ (на материале русского и английского языков).....	119
Belskaya A. E. Abstract in English	122

Долгих К. Ю., Исаева Е. В.

МЕТАФОРИЧЕСКИ МОТИВИРОВАННЫЕ ТЕРМИНЫ АТОМНОЙ ЭНЕРГЕТИКИ (на материале терминов английского языка).....	123
Dolgikh K. Y., Isaeva E. V. Abstract in English	126

Назарова О. С.

ДИСКУРСИВНО ОБУСЛОВЛЕННЫЕ ЖАНРОВЫЕ ТРАНСФОРМАЦИИ НОВОСТНОГО ИНТЕРНЕТ- КОММЕНТАРИЯ	127
Nazarova O. S. Abstract in English	131

Нгуен Тхи Лан	
ЖАНРОВО-СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ НАУЧНЫХ СТАТЕЙ ПО ЭЛЕКТРОТЕХНИКЕ (на материале русского языка)	131
Nguyen Thi Lan. Abstract in English	133
Ле Тху Хыонг	
ЖАНРОВО-СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ НАУЧНО-ПОПУЛЯРНОГО ЖУРНАЛА ПО ГЕОЛОГИИ (на материале русского языка)	134
Le Thu Huong. Abstract in English	136
Хмельницкая Н. В.	
К ВОПРОСУ ОБ ЭКСПРЕССИВНОСТИ НАУЧНОГО ТЕКСТА (на материале текстов научного экологического дискурса)	136
Khmelnitskaya N. V. Abstract in English	139
Картинник В. В.	
СПЕЦИФИКА ЖАНРА НАУЧНО-ПОПУЛЯРНОЙ СТАТЬИ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ДИСКУРСА	139
Kartinnik V. V.	144
Чан Тху Нган	
ЖАНР НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ МОНОГРАФИИ НА РУССКОМ И АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКАХ (на материале текстов по геологии)	144
Chan Thu Ngan. Abstract in English	146
Дмитриева Е. А.	
ЭКСПЛИКАЦИЯ ДИСКУРСИВНЫХ ПРИЕМОВ ОРГАНИЗАЦИИ НАУЧНОГО ТЕКСТА НА ОСНОВЕ ТЕКСТОВ АНГЛИСКОГО И РУССКОГО ЯЗЫКОВ.....	147
Dmitrieva E. A. Abstract in English	150
Ли Чуньянь, Владимирова Т. Л.	
ОБРАЗ ЖИТЕЛЯ КИТАЯ В РУССКОЯЗЫЧНОМ ТУРИСТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ.....	150
Li Chunyan, Vladimirova T. L. Abstract in English	156
Хосиев В. Т.	
ВИДЕОИГРА КАК ЖАНР КОМПЬЮТЕРНОГО ДИСКУРСА (НА МАТЕРИАЛЕ СЕРИИ ИГР «THE LORD OF THE RINGS»)	157
Khosiev V. Abstract in English	164
ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРИКЛАДНЫЕ АСПЕКТЫ ИЗУЧЕНИЯ ЯЗЫКОВ И КУЛЬТУР СТРАН АЗИАТСКО-ТИХООКЕАНСКОГО РЕГИОНА	
165	
Нгуен Тхи Хонг Бак Лиен	
ФОРМИРОВАНИЕ И ОСОБЕННОСТИ КИТАЙСКОЙ ОБЩИНЫ ВО ВЬЕТНАМЕ (на примере города Хошимина).....	165
Nguyen Thi Hong Bach Lien. Abstract in English	167
Ковалёва К. А.	
СОЦИАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ В КИТАЕ.....	168
Kovaleva K. A. Abstract in English	171
Ли Бонань, Седельникова О. В.	
СПОСОБЫ ВЫРАЖЕНИЯ ЦЕННОСТНОГО ВОСПРИЯТИЯ КИТАЯ В ОТЗЫВАХ РОССИЙСКИХ ТУРИСТОВ	172
Ly Bonane, Sedelnikova O. V. Abstract in English	174

Ламбина В. А., Храмченко О. А.	175
СЛЕНГ В СОВРЕМЕННОМ КИТАЙСКОМ ЯЗЫКЕ.....	175
Lambina V. A., Khranchenko O. A. Abstract in English.....	176
Кан Сон Кю	
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ФОРМ ВЕЖЛИВОСТИ В КОРЕЙСКОМ ЯЗЫКЕ	176
Kang Seong Kyu. Abstract in English.....	181
Казарян А. А.	
ЛЕКСИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ТЕХНИЧЕСКОЙ ДОКУМЕНТАЦИИ В РУССКОМ И КИТАЙСКОМ ЯЗЫКАХ (на примере технических описаний)	181
Kazaryan A. A. Abstract in English	185
Душчулуун С., Гарганеева К. В.	
ТОЧКА С ЗАПЯТОЙ В ТЕКСТАХ РУССКОГО И МОНГОЛЬСКОГО ЯЗЫКА: СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ФУНКЦИЙ.....	186
Dushchuluun S., Garganeeva K. V. Abstract in English.....	190
Нгуен Хо Хоанг Хинь, Галанина Е. В.	
ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ПЛЯЖНОГО ВИДА ОТДЫХА И ТУРИЗМА ВО ВЬЕТНАМЕ (на примере курорта Муйне)	190
Nguyen Ho Hoang Hinh, Galanina E. Abstract in English	192
Пурэв Мунхгэрэл, Галанина Е. В.	
РАЗРАБОТКА ТУРИСТИЧЕСКОГО ПРОДУКТА «НЕЗАБЫВАЕМАЯ КУЛЬТУРА МОНГОЛИИ» В ЦЕЛЯХ РАЗВИТИЯ ЭТНИЧЕСКОГО ТУРИЗМА	193
Purev Munkhgerel, Galanina E. Abstract in English	195
Нгуен Тхи Ба Куинь, Галанина Е. В.	
ВЬЕТНАМ С ПОЗИЦИЙ РАЗВИТИЯ СВАДЕБНОГО ВИДА ТУРИЗМА	196
Nguyen Thi Ba Quynh, Galanina E. Abstract in English	198
Цэвэгмэд Гантуяа, Галанина Е. В.	
ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ АВТОМОБИЛЬНОГО ТУРИЗМА В МОНГОЛИИ.....	198
Tsevegmed Gantuyaa, Galanina E. Abstract in English	201
СОДЕРЖАНИЕ	203