

РАШИНСАЙНС

КАЗАНСКАЯ НАУКА

№2 2023

Казань - 2023

УДК 08
ББК 72
К4 94

К4 94 Казанская наука. №2 2023г. – Казань: Издательство Рашин Сайнс, 2023. – 48.

ISSN 2078-9955 (print)
ISSN 2078-9963 (online)

Журнал зарегистрирован Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (реестровая запись от 08.05.2019 серия ПИ № ФС 77 – 75730).

Журнал размещен в открытом бесплатном доступе на сайте www.kazanscience.ru.

Подписной индекс в объединенном каталоге «Пресса России» № E11209.

Главный редактор А.Р. Шагимуллин

Редакционная коллегия

*А.С. Афанасьев – д.филол.н., доцент; Р.Ф. Бекметов – д.филол.н., профессор;
Г.В. Ившина – д.пед.н., профессор; В.В. Кондратьев – д.пед.н., профессор;
Ю.М. Кудрявцев – д.пед.н., профессор; А.М. Саяпова – д.филол.н., профессор;
Р.Р. Хуснулина – д.филол.н., профессор; О.В. Чевела – д.филол.н., профессор.*

В журнале отражены материалы по теории и практике направлений науки, наиболее интенсивно развивающихся в настоящее время. Представлены труды ученых и специалистов вузов, институтов РАН, организаций, учреждений и предприятий, представителей органов власти.

Материалы журнала будут полезны преподавателям, научным работникам, специалистам научных предприятий, организаций и учреждений, а также аспирантам, магистрантам и студентам.

УДК 08
ББК 72

ISSN 2078-9955 (print)
ISSN 2078-9963 (online)

© Рашин Сайнс, 2023 г.

СОДЕРЖАНИЕ

**5.9.1. – РУССКАЯ ЛИТЕРАТУРА И ЛИТЕРАТУРЫ НАРОДОВ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ (ФИЛОЛОГИЧЕСКИЕ)**

- С.Ф. Желобцова, С.Н. Барашкова* ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ КУЛЬТУРНО-БЫТОВОЙ ДЕТАЛИ В ПОЭТИКЕ ЖЕНСКОЙ ПРОЗЫ (НА МАТЕРИАЛЕ ЯКУТСКОГО И КОРЕЙСКОГО РОМАНА) 5

5.9.2. – ЛИТЕРАТУРЫ НАРОДОВ МИРА (ФИЛОЛОГИЧЕСКИЕ)

- В.Н. Лим* ФУНКЦИИ ИРОНИИ В РАССКАЗЕ ХЁН ДЖИНГОНА «УДАЧНЫЙ ДЕНЬ» 8

**5.9.6. – ЯЗЫКИ НАРОДОВ ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАН
(С УКАЗАНИЕМ КОНКРЕТНОГО ЯЗЫКА ИЛИ ГРУППЫ ЯЗЫКОВ)
(ФИЛОЛОГИЧЕСКИЕ)**

- З.В. Маньковская* «ВОДНОСТЬ» ИНФОРМИРУЮЩИХ ИНТЕРНЕТ-ТЕКСТОВ И ПРИНЦИПЫ ПРАГМАТИКИ 11
- О.М. Тимофеева, А.С. Сидоренко* ДИАХРОНИЧЕСКИЙ АСПЕКТ ИЗУЧЕНИЯ АНГЛИЙСКОЙ ПУНКТУАЦИИ (НА МАТЕРИАЛЕ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ПРОИЗВЕДЕНИЙ XIV И XX- XXI ВЕКОВ) 15

5.9.8. – ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ, ПРИКЛАДНАЯ И СРАВНИТЕЛЬНО-СОПОСТАВИТЕЛЬНАЯ ЛИНГВИСТИКА (ФИЛОЛОГИЧЕСКИЕ)

- Р.К. Ахметгареева* НОВЫЕ ПОДХОДЫ К ПРОБЛЕМЕ АКТИВИЗАЦИИ ПРОЦЕССА ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ С ТВОРЧЕСКИМ СТИЛЕМ МЫШЛЕНИЯ 18
- Н.В. Возмищева, О.В. Ельцова, А.Р. Исламова, Г.Е. Поторочина, М.Н. Смирнова* СОВРЕМЕННЫЕ СОЦИАЛЬНЫЕ И ПОЛИТИЧЕСКИЕ ПРОЦЕССЫ В СТРАНАХ ЗАПАДНОЙ ЕВРОПЫ, ОТРАЖЕННЫЕ В ЯЗЫКЕ (НА ПРИМЕРАХ АНГЛИЙСКОГО, НЕМЕЦКОГО И ФРАНЦУЗСКОГО ЯЗЫКОВ) 21
- М.О. Жердева* ЛОЖНЫЕ ДРУЗЬЯ ПЕРЕВОДЧИКА ИЛИ МЕЖЪЯЗЫКОВЫЕ ПАРОНИМЫ В АНГЛИЙСКОМ И РУССКОМ ЯЗЫКАХ 25
- Е.Г. Князева, Н.А. Сидорова* ЛИНГВОАКСИОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПЕРЕВОДА ИНТЕРПРЕТАЦИИ ТЕКСТА 30
- Е.В. Краснова, М.Ю. Масалова, К.М. Бабаян* ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ОЦЕНОЧНОЙ ЛЕКСИКИ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ СПОРТИВНОМ ДИСКУРСЕ (НА МАТЕРИАЛЕ ЛЕКСИКИ КОННОГО СПОРТА) 34

5.9.9. – МЕДИАКОММУНИКАЦИИ И ЖУРНАЛИСТИКА (ФИЛОЛОГИЧЕСКИЕ)

- Фердоус МСТ Афроза* КОНВЕРГЕНЦИЯ РЕКЛАМНОГО И ЖУРНАЛИСТСКОГО ТЕКСТА В МЕЖДУНАРОДНОМ ЖЕНСКОМ ЖУРНАЛЕ (НА ПРИМЕРЕ ЖУРНАЛА HARPER'S VAZAAR) 37
- М.С. Штейман* НОВЫЕ МЕДИА ФОРМАТЫ В ИНФОРМАЦИОННОМ ПРОСТРАНСТВЕ ЛИПЕЦКОЙ ОБЛАСТИ 40

АННОТАЦИИ 43

THE RELEASE MAINTENANCE**5.9.1. – RUSSIAN LITERATURE AND LITERATURE OF THE PEOPLES OF THE RUSSIAN FEDERATION (PHILOLOGICAL)**

- S.F. Zhelobtsova, S.N. Barashkova* THE FUNCTIONING OF CULTURAL AND HOUSEHOLD DETAILS IN THE POETICS OF WOMEN'S PROSE (BASED ON THE YAKUT AND KOREAN NOVEL) 5

5.9.2. – LITERATURE OF THE PEOPLES OF THE WORLD (PHILOLOGICAL)

- V.N. Lim* THE FUNCTION OF IRONY IN HYUN JINGON'S STORY "A GOOD DAY" 8

5.9.6. – LANGUAGES OF PEOPLES OF FOREIGN COUNTRIES (INDICATING A SPECIFIC LANGUAGE OR GROUP OF LANGUAGES) (PHILOLOGICAL)

- Z.V. Mankovskaya* IRRELEVANCE IN INFORMATIVE INTERNET-TEXTS AND PRINCIPLES OF PRAGMATICS 11
- O.M. Timofeyeva, A.S. Sidorenko* DIACHRONIC ASPECT OF ANALYSING ENGLISH PUNCTUATION (BASED ON THE XIV AND XX- XXI CENTURIES LITERARY TEXTS) 15

5.9.8. – THEORETICAL, APPLIED AND COMPARATIVE LINGUISTICS (PHILOLOGICAL)

- R.K. Akhmetgareyeva* NEW APPROACHES TO THE PROBLEM OF ENHANCING THE TRAINING OF SPECIALISTS WITH A CREATIVE WAY OF THINKING 18
- N.V. Vozmishcheva, O.V. Eltsova, A.R. Islamova, G.E. Potorochina, M.N. Smirnova* CONTEMPORARY SOCIAL AND POLITICAL PROCESSES REFLECTED IN LANGUAGE (ON THE BASIS OF THE ENGLISH, GERMAN AND FRENCH LANGUAGES) 21
- M.O. Zherdeva* TRANSLATOR'S FALSE FRIENDS OR INTERLINGUAL PARONYMS IN THE ENGLISH AND RUSSIAN LANGUAGES 25
- E.G. Knyazeva, N.A. Sidorova* LINGUO-AXIOLOGICAL ASPECTS OF TEXT TRANSLATION AND INTERPRETATION 30
- E.V. Krasnova, M.Y. Masalova, K.M. Babayan* FUNCTIONING OF EVALUATIVE VOCABULARY IN ENGLISH-LANGUAGE SPORTS DISCOURSE (BASED ON THE VOCABULARY OF EQUESTRIAN SPORTS) 34

5.9.9. – MEDIA COMMUNICATIONS AND JOURNALISM (PHILOLOGICAL)

- Ferdous MST Afroza* CONVERGENCE OF ADVERTISING AND JOURNALISTIC TEXT IN THE INTERNATIONAL WOMEN'S MAGAZINE (ON THE EXAMPLE OF HARPER'S BAZAAR MAGAZINE) 37
- M.S. Shteyman* NEW MEDIA FORMATS IN THE INFORMATION SPACE OF THE LIPETSK REGION 40

- ABSTRACTS** 43

5.9.1. – РУССКАЯ ЛИТЕРАТУРА И ЛИТЕРАТУРЫ НАРОДОВ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ (ФИЛОЛОГИЧЕСКИЕ)

5.9.1.

С.Ф. Желобцова, С.Н. Барашкова

Северо-Восточный федеральный университет им. М.К. Аммосова,
Филологический факультет,
кафедра русской литературы 20 века и теории литературы,
Якутск, oso-06@mail.ru; beta-sigma-no@mail.ru

ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ КУЛЬТУРНО-БЫТОВОЙ ДЕТАЛИ В ПОЭТИКЕ ЖЕНСКОЙ ПРОЗЫ (НА МАТЕРИАЛЕ ЯКУТСКОГО И КОРЕЙСКОГО РОМАНА)

Анализ поэтики произведений выявляет ментальную связь ярких литературных характеров с реалиями народной жизни, создавая аутентичную картину Арктики и юго-восточной Азии. Изучение функционирования культурно-бытовой детали в тексте романов позволяют многогранно раскрыть эстетические и этнографические особенности якутов и корейцев.

Ключевые слова: *Арктика, Южная Корея, Ариадна Борисова, Ли Хён Су, этнопоэтика, культурно-бытовая деталь.*

Исследование якутского и корейского романов позволяет выявить общее и частное в плане раскрытия роли женщины (1), психологизма ее характера посредством культурно-бытовой детали, что является актуальной задачей нового литературоведения. В этом аспекте базовыми являются фундаментальные исследования В. Б. Шкловского, В.Е. Хализева, В.А. Кухаренко, принципы которых многосторонне развернуты в последующем. Так в работе А.Б. Есина (3) художественная деталь наполняется психологическим содержанием. Примечательна работа А. Ю. Садофьевой (5), в которой она структурирует присутствие детали в художественном корпусе произведения на 5 уровнях. При этом, культурно-бытовая деталь, по мнению авторов данной статьи, содержит в себе этнографические, лингвострановедческие, мифологические и бытовые компоненты. Контент наблюдений заключается в раскрытии функционирования художественной детали в движении сюжета, в формировании образной системы главных героев и ряда персонажей, в композиционном построении текста, репрезентации аутентичного этноматериала (старинные обозначения, легенды, мифы, песни).

Выбор анализируемых произведений обоснован художественным уровнем текста, читательской востребованностью прозы писательниц и авторской нацеленностью Ариадны Борисовой презентовать самобытную мифологию народа саха, а Ли Хён Су художественно напомнить и сохранить традиционные ценности корейского быта. По стилевой манере художественной интерпретации этноматериала, трансформации быта в Бытие сопоставимы якутская и южнокорейская писательницы. Автор переосмысливает роль кисэн в сохранении культурных ценностей корейского народа. Центром семантической структуры произведений является женское пространство, в котором героини реализуются как хранительницы семьи, ее традиций. Внимание А. Борисовой в романе «Земля удаганок» сосредоточено на судьбе молодой жены воина, которая ждет первенца. В экспозиции произведения автор предваряет историю Нарьяны эпизодами из современной жизни, когда на фоне природной бури в подсознании роженицы, врача-интерна, пожилой медсестры возникает ощущение первобытного страха перед Злом. «Буря исступленно заколотилась о стены старого здания ... будто снаружи их царапали чьи-то острые когти...» [2, с. 6]. Кульминацией напряженного

внутреннего конфликта становится спонтанная молитва о божьей помощи в рождении нового человека. Своеобразие композиции романа заключается в авторском хронотопе, органично соотносящим древнее и настоящее. Сюжетно Нарьяна, увидев ворона, интуитивно чувствует опасность для еще не рожденного сына и в поисках защиты уходит к скале Удаганки. В соответствии с традициями подготовки к родам она «...в привязанный к поясу кошель сунула кусок вареной жеребятины ..., связку жильных ниток и маленький нож. Поколебавшись, взяла ножницы с загнутыми остриями» [2, с. 25]. Древние якуты использовали для перерезания пуповины нож для мальчика и ножницы – для девочки. Нарьяна, являясь наследницей рода шаманов, сама обладала мистической силой и энергией предвидения. Она ощущала, что носит под сердцем необыкновенного ребенка, с особым талантом. Потому она вопреки традициям, запрещавшим роженицам видеть огонь на протяжении двух недель, призвала Небесный огонь для защиты новорожденной. Смерть героини после родов, по наблюдениям авторов статьи, понимается как реинкарнация матери в дочь, продолжающей род удаганок.

В творческой работе над сложным материалом Борисова А. тщательно и детально восстановила разные малоизвестные ритуалы, среди которых выделяется процесс погребения шаманки. В главе «Домм пятого вечера. Изломанный день» автор параллельно воспроизводит обычай предков хоронить умерших на помосте-арангас, позволяющим родственникам собирать сыпучие мощи для будущего захоронения останков в могилах. Книга якутской писательницы, ориентированная на российского и зарубежного читателя, снабжена ссылками на авторский глоссарий, объясняющий этимологию слов. Например, Айыы-Сита – богиня покровительница женщин и семьи; Джогур – дар, талант; Йор – злой дух мертвеца; Ытык – мутовка для взбивания молочных блюд. При этом особое внимание автор уделяет женским занятиям: приготовление еды и шитью одежды. Выразительны эпизоды подготовки одежды для маленького сына кузнеца Урана. Так оленья доха мальчика обшита рысьей опушкой, дополнена вставками из бобрового меха с железными и медными креплениями, а ремешок украшен черненным серебром, а подошва обуви сшита из лосиной кожи.

Художественная репрезентация культурно-бытовых локаций корейского романа, возвращающего читателя в мир традиционного кибана. В системе персонажей выделяется образ хозяйки пожилой Табакне, которая стремится сохранить изначальную роль кисэн как талантливых музыкантов, танцовщиц и певиц. Табакне оберегала талант певицы мадам О и защищала от притязаний мужчин. А мадам О, в свою очередь, помогла кухарке выкупить кибан и стать хозяйкой. Кисэн, с детства обучавшиеся танцам, музыке, песням, поэзии, этикету, внесли вклад в сохранение народных традиций. «Когда-то кисэны три года усердно учились в кёбанах, кроме пения и танцев, они изучали поэзию, каллиграфию, рисование, наставления по книге о трех основных отношениях в конфуцианстве «Самганхэнсилдо», учебники по правильному поведению «Ёсасо», «Кэнёсо» и «Биографию добрых кисэн» [4, с.24]. В центре внимания Ли Хён Су история кибана Буёнгак, который бережет атмосферу прошлого. Для них кибан становится домом, в пространстве которого соблюдают корейские семейные традиции: праздники, ритуалы (свадьба, поминки), а владелица кибана кухарка Табакне несет груз главы семьи. Для Ли Хён Су значима мысль о семье, которую она считает ценностной для корейской женщины.

Драматизм декоративной свадьбы подчеркивается особым танцем «невесты» «Сальпхури» («Осенний листопад») перед «мужем». Важным приемом характеристики является раскрытие смыслового названия танца. Выбор времени года в названии подчеркивает угасание жизненного цикла. «Сальпхури» — традиционный танец для изгнания нечистых духов. Особенностью поэтики романа стало обращение к эстетике народной песни, например, часто исполняемая «Песня о молодости» («Чхончхунга»), становится символом душевного состояния кисэн. Экспрессивный стиль, эмоциональность авторского слова пронизывают красочный монолог кисэн-певицы, описывающей более 30 тонов народной песни («хлебный, желтоватый, сухой, затвердевший, свежий, внутренний, внешний,

окутывающий, колючий, распутывающий, — сжимающий, толкающий, колокольчиковый, обжигающий, копающий, разбрасывающий, отрывающий, сухой, плетущий, прерывающийся, вкрадчивый, взрывающийся, военный, протяженный, мокрый, несущий, ленивый, спящий») [4, с. 28]. Ли Хён Су намеренно выбирает множественные коннотации звучания песни, сохраняя исконный народный дух.

Анализ поэтики текста выявляет доминантное значение Еды в корейской культуре. Кулинарное мастерство Табакне проявляется в знании приготовления и подачи блюд. При этом важное место занимают приготовление блюд по старинным рецептам и правила сервировки стола. Табакне, которая владеет тонкостями кухни и передает это мастерство молодой помощнице, в надежде сохранить славу Буёнгака говорит: «Этот рецепт дошел до нас из древности, поэтому, пожалуйста, запомни его раз и навсегда. Если говорить о еде в кибане, то в отличие от пищи простых людей она должна быть лучше обработана соусом и иметь пикантный вкус» [4, с. 4]. Вкус еды связан с воспоминаниями о доме, детстве, матери. Последовательно подчеркивается важность для дома Очага – Кухни – Еды – Матери. Многократное использование писательницей культурно-бытовых деталей определило также как и у якутского романа необходимость сопровождения его словарем. Из которого читатель узнает, что дальгальцим — название блюда из пареных взбитых яиц, а момпе — название широких брюк, которые женщины надевали во время работы «Летом она носила белую рубашку мосиджоксам из ткани рами и серые брюки момпе из конопли, а зимой — стеганую корейскую рубашку нувиджоксам и свободные черные брюки момпе. Только когда ей приходилось входить в комнату с посетителями, она празднично наряжалась: надевала темно-зеленые шелковые момпе.» [4, с. 8]. Кроме того, в системе выразительных средств выделяется потемневший от времени пол из крепких досок, который отказывается продавать Табакне. Ей казалось, что если покрыть его лаком, то исчезнет душа кибана, затаенная в природной текстуре дерева, обладающего целительной энергией. Ли Хён Су талантливо репрезентирует авторские мысли не только в описательной форме, но и посредством культурно-бытовых деталей, прочно вошедших в мирообраз корейцев.

Сопоставительный анализ поэтики романов русскоязычной писательницы Якутии А. Борисовой и южнокорейского прозаика Ли Хён Су в плане функционирования культурно-бытовой детали показал, что:

1. Художественная индивидуальность авторов проявляется в детальном описании быта, в котором раскрываются основные женские способности хранительницы семьи и продолжения рода, поднимающие обычный быт до философского Бытия.

2. Трансформация жанровой природы романа связана с переосмыслением фольклорного источника в контексте авторского замысла.

3. Итоговые наблюдения исследования могут быть использованы в активизации культурного диалога России и стран АТР, важного в современных условиях.

Список литературы

1. Барашкова С., Желобцова С. Художественный мир женской прозы. Якутск: Изд-во ЯГУ, 2009, 118 с.
2. Борисова А. Земля удаганок. Знамение бури. Якутск: изд-во Бичик, 2008, 352 с.
3. Есин А.Б. Принципы и приемы анализа литературного произведения. [https://readli.net > printsiyi-i-priemyi-analiza-literaturn...](https://readli.net/printsiyi-i-priemyi-analiza-literaturn...)
4. Ли Хён Су. Сказание о новых кисэн. <https://libcat.ru/knigi/proza/sovremennaya-proza/133468-li-su-skazanie-o-novyh-kisen.html#text>
5. Садофьева А.Ю. Культурно-бытовая деталь в художественном тексте. Вестник МГУ. Сер. 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2008. № 2. [https://cyberleninka.ru > article > kulturno-bytovaya-de...](https://cyberleninka.ru/article/kulturno-bytovaya-de...)

5.9.2. – ЛИТЕРАТУРЫ НАРОДОВ МИРА (ФИЛОЛОГИЧЕСКИЕ)

5.9.2.

В.Н. Лим

Тихоокеанский государственный университет,
Факультет востоковедения и истории,
кафедра восточных языков,
Хабаровск, limvale@yandex.ru

ФУНКЦИИ ИРОНИИ В РАССКАЗЕ ХЁН ДЖИНГОНА «УДАЧНЫЙ ДЕНЬ»

В статье рассмотрены функции иронии в рассказе корейского писателя Хён Джингона «Удачный день». Выясняется, что в этом произведении ирония выполняет – композиционную функцию. В основе композиции рассказа ирония образует семанτικο-стилистический стержень, вокруг которого организовано все содержание.

Ключевые слова: *Ирония, стилистический прием, авторская ирония, ирония от персонажа, эмоционально-оценочное отношение.*

Хён Чжингон – признанный классик современной корейской литературы начала XX века, по праву считается мастером рассказа. Видимо, за яркий слог, емкость и глубину Хён Чжингона часто называют «корейским Чеховым». Примечательно, что в рассказе «Удачный день» Хён Чжингон через элементы иронии, смог наиболее ярко показать реалии времени, в котором жил сам. Вместе с тем, специфика функции иронии в прозе писателя Хён Чжингона еще не подвергалась лингвистическому исследованию, что обуславливает **актуальность** данного исследования. Важно отметить, что являясь предметом изучения многих гуманитарных наук, ирония, еще не получила полного системного описания. Многие исследователи включают иронию в категорию комического, хотя не существует единого мнения относительно места иронии в данной категории.

Безусловно, ирония является одним из самых ярких стилистических средств выражения авторской позиции по отношению к описываемым событиям и персонажам, а так же ярким средством воздействия на читателя при его восприятии художественного текста. «Как способ доказательства и убеждения, ирония есть доведение данного в образе до абсурда с тем, чтобы ярче выставить действительность или необходимость значения» [2,с.272] Несомненно, что сами ситуации, в которые писатель помещает своих героев, являются индикаторами авторского отношения. Зачастую через иронию автор выражает своё отношение к действительности, она отображает его мировосприятие и мировоззренческую позицию.

Феномен иронии имеет определенные особенности, которые могут помочь распознать иронию в тексте. К этим особенностям относятся двусмысленность, контекстуальность и оценочность. В основе композиции анализируемого рассказа ирония образует семанτικο-стилистический стержень, вокруг которого организовано содержание. В этом произведении ирония выходит за пределы слова, словосочетания, предложения, занимает все пространство художественного произведения. Примечательно, что в рассказе «Удачный день», ирония обнаруживает сложную структуру, связанную не только с насмешкой, а ориентирует читателя на осмысление трагизма жизни[4].

Основная тема рассказа «Удачный день» – парадокс человеческой жизни, один день из жизни простого рикши – Ким Чхомчжи, который начался с невероятной удачи, а закончился страшной трагедией. Важно отметить, что в рассказе «Удачный день» ирония выполняет композиционную функцию, демонстрируя нелепость происходящего – герой рассказа вынужден зарабатывать деньги, чтобы купить больной жене еду, когда он заработал денег и смог купить еду, жена его умерла. На лексико-семантическом уровне

ирония создаётся организацией средств языка, как в структуре авторского повествования, так и в речи персонажей и передаётся посредством широкого диапазона стилистических приёмов. Необходимо отметить, что в рассказе «Удачный день» «ирония реализуется на всех уровнях языка посредством различных приёмов, как в структуре авторского повествования, так и в речи главного персонаж Ким Чхомчжи» [5, с.380]. Под авторской иронией понимается ироническое описание, комментирование и ремарки автора или рассказчика. Характерно, что авторская ирония может проявляться на всех языковых уровнях: лексическом, синтаксическом, морфологическом, текстовом уровнях, включая сюжет. Благодаря этому авторская ирония служит более действенным средством создания образов произведения, их характеристики, а также выражением авторского мировоззрения, в общем. В анализируемом произведении, примером авторской иронии является само, название рассказа «Удачный день», которое искусно обыгрывает иронию ситуации – самый удачный день стал для героя самым трагическим днем. В этом проявляется двойной смысл иронии: истинно – не прямо высказанное, а противоположное ему, подразумеваемое. Нельзя не отметить, что из всех видов тропов ирония ближе всего к метафоре. Как метафора она оценочна, вместе с тем в самой иронии нет определенной оценки – в разных ситуациях имплицитный смысл может быть отрицательным или положительным. Следующим примером авторской иронии служит описание погоды, с которого начинается рассказ: *Серое и низкое небо, казалось, вот-вот разродится снегом, но в итоге закапал мелкий и противный холодный дождь* [3, с.41]. В данном примере ироническое значение возникает из слов оценочных, характеризующих погоду: *Серое и низкое небо; мелкий и противный холодный дождь*. Здесь ирония рассказчика выражает эффект обманутого ожидания, намекая на то, что все пойдет ни так, как ожидается. В следующем примере иронический смысл комментария автора передан посредством такого стилистического приема, как олицетворение: *Вот уже больше месяца его жена страдала от сильного кашля. У них не было денег даже на самый дешевый рис, что уж говорить о лекарствах. К тому же Чхомчжи был полностью уверен, что болезни нельзя потакать и баловать ее лекарствами: ее извращенная жадность от этого только приходит в еще большее возбуждение и возвращается с удвоенной силой.* [3, с.42] Так, цитируя это высказывание персонажа, автор не только создает комический эффект, но и ярко характеризует бедственное положение героя, живущего в условиях абсолютной нищеты. Обратимся к следующему примеру, где автор описывает внешность персонажей. Как справедливо замечает О.П. Ермакова – иногда за иронией автора стоит не насмешка, а сочувствие герою, даже симпатия к нему [1]. *В этот момент из небольшой пивнушки на дороге вывалился его давний друг Чхисам, ...на его расплывающемся белом лице чернели бакенбарды, и яркий контраст с Чхомчжи, сухая кожа которого была испещрена глубокими морщинами, а с острого, как клюв птицы, подбородка свисала небольшая борода, больше похожая на сосновые иголки, был удивителен* [3, с.50]. Основные выразительные средства, используемые автором для характеристики персонажей: прилагательные, а сравнение здесь выступает средством создания комического образа главного персонажа. В данном примере насмешка над героем не представляет собой отрицательную оценку, а выражает ироническое сочувствие автора к нему. Ирония от персонажа отличается от авторской иронии тем, что она, как правило, ограничена лексическим и синтаксическим уровнями. При этом ирония от персонажа отражает преимущественно отрицательные эмоции по отношению к происходящему гнев, презрение и обиду. Например, как в следующем монологе героя. Само ироническое значение возникает из оценочных или характеризующих слов, содержащих отрицательную оценку: *...чертова баба, несчастье ты ходячее! Ест – болеет, не ест – болеет, и что мне прикажешь делать!* [3, с.43] В следующем примере ирония функционально играет роль интенсификации эмоционального восприятия: *Померла? Помрет она, как же! Жива-живехонька, что ей сделается! Кто тут помер, так это еда, которую эта бабенка даже приготовить толком не может* [3, с.55]. В данном примере ирония проявляется в противоречивости отдельных элементов речи – герой употребляет слова с отрицательной оценкой, но с интонацией любви.

Таким образом, выясняется, что ирония является содержательной концептуальной категорией художественного текста, позволяющей автору передать эмоционально-оценочное отношение к отображаемой действительности. Проанализировав произведение, мы приходим к заключению, что феномен иронии в рассказе «Удачный день» можно рассматривать стилистическим приемом, заключающимся в употреблении слова в значении, обратном буквальному, а также средством выражения комического. Очевидно также, что исследование иронии позволяет раскрыть не только содержательно-смысловое пространство текста, но и выявить ее роль при интерпретации авторского замысла и интенций автора.

Список литературы

1. *Ермакова О.П.* Ирония и ее роль в жизни языка / Ермакова О.П. – Москва: ФЛИНТА, 2017. -202с.
2. *Потебня А.А.* Теоретическая поэтика: учеб. пособие / А.А. Потебня - М.: Высшая школа, 2015. - 344 с.
3. *Хён Чжингон.* Удачный день: сборник рассказов / Хён Чжингон; [пер. с кор. Ким Сонмён и И. Беякова].- Москва: Издательство АСТ, 2019. – 224с.
4. 권 영민 한국 문학의 감상. (3). «지학사» 서울= 1999.- 816с.
5. 송승환. 한국 현대 소설 제대로 읽기. “우리 문학사” 서울= 1998. -486с.

**5.9.6. – ЯЗЫКИ НАРОДОВ ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАН
(С УКАЗАНИЕМ КОНКРЕТНОГО ЯЗЫКА ИЛИ ГРУППЫ ЯЗЫКОВ)
(ФИЛОЛОГИЧЕСКИЕ)**

5.9.6.

З.В. Маньковская канд. филол. наук

ФГБОУ ВО «Московский государственный технический университет имени Н.Э. Баумана
(научный исследовательский университет)» Мытищинский филиал,
космический факультет,
кафедра К5 «Лингвистика»,
Мытищи, mankovskaya57@mail.ru

**«ВОДНОСТЬ» ИНФОРМИРУЮЩИХ ИНТЕРНЕТ-ТЕКСТОВ
И ПРИНЦИПЫ ПРАГМАТИКИ**

В статье проводится анализ подхода к интерпретации понятия «водность» и оценке процента «водности» в интернет текстах. Предлагается альтернативная модель снижения избыточности интернет-текста за счет привлечения и учета объяснительного потенциала принципов текстовой прагматики британского филолога Джеффри Лича.

Ключевые слова: водность текста, языковая избыточность, принципы прагматики, правка-переделка, компрессионные стратегии.

Интернет сегодня является, пожалуй, основным источником получения коммерческой информации о товарах и услугах. Самыми главными чертами информирующих интернет-текстов являются краткость, прозрачность (никаких намеков) и конкретность передаваемой информации. Внутренние интеллектуальные эмоции авторов текстов (сомнения, оценка) не находят места в интернет сообщениях информирующего типа. У современного делового человека нет времени вникать в тонкости языковой игры, разбираться в полутонах значений слов, тратить время на интерпретацию недосказанности. Всё, что касается человеческих переживаний и желания самовыразиться, остаётся за бортом.

В нынешнем русскоязычном интернет-пространстве для определения характеристик интернет-текста SEO-специалисты (люди ответственные за информацию в сети Интернет и качество работы копирайтеров), используют термины «водность», «процент водности», «водянистый текст/контент», «тошнота (заспамленность)», «стоп-слова», «текстовый мусор». К сожалению, нельзя согласиться с тем, что так называемые «стоп слова», которые, по мнению контент-менеджеров, засоряют интернет-сообщения и снижают интерес к сайтам, блогам и т.д. или даже отталкивают читателей от сайтов, являются главным препятствием для быстрого поиска информации. К ним, на наш взгляд, неоправданно относят эмоционально-окрашенные прилагательные (отличный или истинный), местоименные наречия (всячески, отовсюду) и вводные фразы (следовательно, несомненно) [7]. Люди, которые берут на себя смелость и ответственность давать рекомендации по созданию и редактированию интернет-текстов, часто подменяют уже существующие в лингвистической науке, которая призвана заниматься вопросами порождения текстов (лингвистика текста, стилистика текста, литературное редактирование) [1,2], термины своими собственными наименованиями, что приводит к появлению так называемых терминологических дуплетов: «водность» – «размытость, словесная избыточность», «заспамленность» – «повторы».

Критике «водности», которая понимается как наличие слов, не имеющих прямого отношения к теме сообщения [7], уделяется много внимания: выявляются причины появления в текстах лишних слов, размывающих информацию и препятствующих быстрому восприятию и поиску нужной информации, и создаются сервисы, проверяющие тексты на «водность» [9]. По мнению Boshnikoff.com [6], причинами отнесения некоторых

словосочетаний к разряду «водных» являются, в первую очередь, желание копирайтеров увеличить объем текста за счет использования большего количества «пустых» слов (составляются списки таких слов), недостаточное знание темы, а также ограниченный доступ к информации по избранной теме.

Рекомендуемые в Интернет-пространстве сервисы, которые проверяют тексты на «водность», то есть осуществляют так называемый SEO-анализ текста [4], Text.ru., Istio.com., Advego, не свободны от недостатков. В частности, они, используя разные алгоритмы подсчета, устанавливают разные нормы «водности», что, конечно, снижает их ценность, поскольку не позволяет точно сформулировать предъявляемые к текстам требования.

Люди, стоящие на страже «чистоты» интернет-контента, создают свой язык, с помощью которого пытаются объяснить неподготовленному читателю, как составить сообщение, которое бы, с одной стороны, не отвергалось заказчиками, а, с другой, привлекало бы внимание читательской аудитории.

В качестве серьезной ошибки, допускаемой в интернет-текстах, называют использование синонимов. Например, в статье, описывающей профессию «копирайтер», отрицательную оценку получают синонимы «сбыт» и «продажа», а также «изделие» и «вещь» [8]. Можно было бы оспорить данное заявление, поскольку отсутствие синонимов неминуемо приведёт к монотонности текста, его обезличиванию, так как не будут передаваться оттенки значения. На наш взгляд, необходимо соблюдать гармонию, поскольку текст должен быть интересным по форме и содержанию и быть пригодным для всех категорий читателей, ведь поиск информации в сети Интернет осуществляется и студентами, и преподавателями, и работниками других сфер деятельности с различным уровнем образования и знания языка.

Вторым препятствием к быстрому поиску информации, а, следовательно, требованием к порождению интернет-текстов, являются наличие «стоп-слов», на чрезмерное количество которых указывают многие (хотя не все) специалисты по продвижению сайтов, называя их главным дефектом. Но так ли вредны слова, включенные в перечни табуированных выражений в интернет-требованиях?

На наш взгляд, основными причинами снижения популярности сайтов являются не «стоп слова» и синонимы, а неумение кратко формулировать мысль и незнание стратегий сжатия информации (объединение предложений, перефразирование, лексико-грамматические трансформации), а также использование сниженной лексики.

Можно согласиться с тем, что современный читатель заинтересован только в краткости получаемой информации, он не приемлет научности и академизма. Однако разговорные элементы тоже могут иметь различный характер, и могут оскорблять читателя своей неприкрытой вульгарностью. Например, на сайте Boshnikoff.com [6] мы сталкиваемся с такими просторечными выражениями и слэнгом, как «желание навариться», «накручивают объём водичкой», «у читателя взорвётся мозг», «как высушить воду». Перегруженность сообщения такими выражениями является результатом игнорирования фактора адресата, нацеленность, прежде всего, на молодёжную аудиторию, и желание завоевать авторитет или повысить доверительность путём снижения тональности или «серьёзности» текста.

В нашей статье предлагается подойти к созданию «эффективных» интернет-текстов не с точки зрения формального удаления ненужных слов (ненужность слов необходимо устанавливать в каждом конкретном тексте и предложении, а не давать списки запрещенных слов на все случаи жизни), а с позиций Принципов Прагматики, выработанных Дж. Личем [5], к которым, как известно, относятся Принцип Процессуальности (The Processibility Principle), Принцип Экономии (The Economy Principle), Принцип Ясности (The Clarity Principle) и Принцип Выразительности (The Expressivity Principle). Принцип Ясности, кстати, часто входит в противоречие с Принципом Экономии, и, иногда, приходится жертвовать принципом Экономии для достижения ясности сообщения.

Рассмотрим некоторые недостатки небольшого отрывка интернет- текста, который по своей коммуникативной направленности относится к разряду информирующих текстов, и сделаем попытку «улучшить» его, учитывая принципы прагматики.

Оригинальный отрывок [10] состоит из двух абзацев под заголовками 1) The Programme of artificial intelligence ALICE и 2) Programme Description Artificial Intelligence ALICE.

Его основной целью является описание возможностей голосового помощника «Алиса». Исходя из поставленной цели, читатель ожидает получить точную, краткую и достоверную информацию о программе. Цель, в основном, достигается, но остаётся ощущение того, что читателя оценивают как невнимательного человека, не доверяющего своей памяти, поскольку, несмотря на все предупреждения редакторов, текст содержит большое количество избыточной информации.

Если формально подойти к редактированию текста, то мы должны были бы удалить все повторы (слово *programme* в двух анализируемых абзацах повторяется 12 раз, *system* 4 раза, *artificial intelligence* 9 раз), а также другие избыточные средства в виде сравнения (*like a child*), оценочных прилагательных (*universal*) и элементов, описывающих сомнение/неокончателность суждений (*can be*). Но эти изменения ненамного улучшили бы текст. Для улучшения данного текста требуется кардинальная переработка, то есть правка-переделка [3].

Так, в начале текста представлена информация о системе АЛИСА в виде аннотации. Это оправданная стратегия (поскольку некоторые читатели ограничиваются чтением только первого абзаца). Однако эта же информация в неизменном виде дублируется в заключительном абзаце текста, что противоречит Принципу Экономии и Принципу Релевантности («Не включай больше информации, чем оправдано целью сообщения»). Если же переданную информацию всё-таки требуется продублировать, на помощь может прийти вариативный повтор. При этом обязательным условием является развитие темы, то есть добавление нового смысла. Например, *One of the advantages of the system is interaction with the physical world due to a link with the computer*. Перефразированное предложение содержит указание на преимущество системы (*advantage*) и объяснение механизма работы системы (*due to a link*).

Существенной перестройки требуют второй и третий абзацы текста. Принцип Экономии диктует создателю текста прибегнуть к стратегии элиминации некоторых предложений и объединения оставшихся предложений с целью конденсации информации. Исправленный вариант абзаца может иметь следующую форму.

The artificial intelligence programme ELIS, an Electronic Logical Intelligent System, can talk in plain language, manage devices remotely and educate itself. It can maintain an informed dialogue, build a smart home system, communicate with the computer and interact with the physical world due to its connection to Arduino platform.

Для исправления второго и третьего абзацев были предприняты следующие шаги: в первом предложении вместо тире, которое замещает глагол-связку, было использовано выделенное запятыми приложение *an Electronic Logical Intelligent System*, было полностью удалено второе предложение. Первое и третье предложения объединены одним общим подлежащим, что позволило избавиться от ранее употребленного слова *software*. Сравнения *like people/ like a child*, которые придавали абзацу образность и субъективность, что противоречит критерию точности и объективности, были устранены также. Два последних предложения второго абзаца тоже были перестроены путём изменения порядка слов, использования грамматически правильных конструкций *due to its connection* вместо плеонастического использования *uses the ability to connect*.

Переделка потребовала употребления *can* вместо *is able to*, поскольку *is able to* в настоящем времени не передает никакого дополнительного значения (например, как в прошедшем времени «вопреки усилиям»), а только увеличивает количество слов (часто используемая уловка копирайтеров). Также использовалась местоименная замена (*it* вместо *system*).

Принцип Ясности продиктовал замену глагола *learn* словосочетанием *educate oneself*. Дело в том, что глагол *learn* является двусмысленным и требует уточнения. Непонятно означает ли он учить что-то (*learn something*), или обучаться самому (*to start to understand*), то

есть, используется ли он как переходный или непереходный глагол. В данном контексте имеется в виду «самообразовываться», поэтому educate oneself является более приемлемым. Принцип Ясности также вызвал необходимость дать краткую расшифровку понятия Arduino, например, добавив уточнение «платформа», чтобы снять неопределённость (Arduino может означать название компании) и учесть интересы начинающих пользователей.

Таким образом, вместо формального удаления «ненужных/лишних слов», редактирование текста должно быть основано на

1) тщательном анализе структуры предложения и изъятии слов без ущерба содержанию (для избегания тавтологии и плеоназма),

2) перестройке предложений, в основе которой лежит выявление коммуникативно-важной информации и релативизация этой информации согласно Принципу Процессуальности (перенос наиболее важной информации в конец предложения, где она лучше запоминается).

Правка-переделка также должна включать использование следующих компрессионных стратегий:

1) стратегии объединения нескольких предложений в одно, основанной на использовании придаточных предложений и причастных оборотов; 2) стратегии отсеивания ненужной или нерелевантной информации на основе учета требований к объему информации и целей сообщения, а также соотнесения заголовка с текстом сообщения; 3) стратегии избегания повторов содержательной информации за счет перефразирования и добавления новых оттенков значения, а также использования перечисления для конденсации информации.

Список литературы

1. *Глаголев Н.В.* Языковая экономия и языковая избыточность в синтаксисе разговорной речи: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. – М., 1967. – 20с.
2. *Кузьмина И.В.* Феномен языковой избыточности//Южно-Сахалинский институт экономики, права и информатики, №1, 2011. – С. 142-147. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/fenomen-yazykovoy-izbytochnosti/viewer> (дата обращения 31.08.22)
3. *Попова О.В.* Методика правки-переделки как средство обеспечения доступного восприятия научного текста// Журнал «В мире научных открытий», Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского, №4(28), 2012. – С. 248-258.
4. *Сильченко О.В.* Внутренняя SEO-оптимизация как способ продвижения сайта библиотеки// тезисы доклада на конференции, Национальная библиотека Беларуси, Минск, Беларусь, 2016. – С. 300-308.
5. *Leech G.N.* Principles of pragmatics, London, New York: Longman, 1983. – 250p.
6. URL: <https://boshnikoff.com/vodnost-teksta/> (Дата обращения 28.12.22).
7. URL: <https://www.etxt.ru/subscribes/voda-v-tekste-cto-eto-takoe-kak-eyo-nayti-i-sokratit/> (Дата обращения 28.12.22).
8. URL: <https://iklife.ru/internet-professii/kopirajter/voda-v-tekste-hto.html> (Дата обращения 28.12.22)
9. URL: <https://runstory.ru/cto-takoe-voda-v-tekste-kakie-normy-vodnosti-dopustimy.html> (Дата обращения 28.12.22)
10. URL: <https://sciencealpha.com/the-program-of-artificial-intelligence-alice/> (Дата обращения 13.01.23)

5.9.6.

О.М. Тимофеева, А.С. Сидоренко

Самарский государственный социально-педагогический университет,
факультет иностранных языков,
кафедра английского языка и методики преподавания иностранных языков,
Самара, adaeva@pgsga.ru, sidorenko@sgspu.ru

ДИАХРОНИЧЕСКИЙ АСПЕКТ ИЗУЧЕНИЯ АНГЛИЙСКОЙ ПУНКТУАЦИИ (НА МАТЕРИАЛЕ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ПРОИЗВЕДЕНИЙ XIV И XX- XXI ВЕКОВ)

В статье система английской пунктуации рассматривается в аспекте диахронии. Особое внимание уделяется функциям и просодии знаков препинания вертикальной сегментации и горизонтальной стратификации английской речи. Представлены результаты сопоставительного анализа особенностей просодико-пунктуационного оформления художественных произведений, относящихся к различным временным отрезкам.

Ключевые слова: диахрония, английская пунктуация, функции знаков препинания, просодико-пунктуационное оформление художественного текста.

Английская пунктуация является предметом рассмотрения в многочисленных научных трудах. Однако, исследования по теории и практике пунктуации основываются на привлечении, главным образом, современного лингвистического материала, в то время как диахронический аспект изучения пунктуации практически не получил должного внимания в работах языковедов. Кроме того, особый интерес представляет собой анализ функциональной нагрузки знаков препинания в художественной литературе, где семантико-стилистический характер английской пунктуации проявляется в полной мере. Сказанное определяет актуальность исследований, выполненных в русле сопоставления функций пунктуационных знаков в произведениях, принадлежащих к разным историческим периодам.

Анализ теоретической литературы показал, что заслуги отечественных ученых в данной лингвистической области трудно переоценить. Прежде всего, необходимо отметить разделение Л.В. Щербой пунктуационных систем всех европейских языков на две большие группы – французский тип и немецкий тип [9, с. 369]. Английский язык при таком разграничении относится к первому типу; знаки препинания здесь отражают не столько его синтаксическое строение, сколько декламационно-психологическое членение речи [8, с. 30]. Идеи выдающихся российских лингвистов развили в своих трудах представители лингвистической школы МГУ «Речеведение» под руководством О.С. Ахмановой [3; 5; 2; 4; 6]. Исследователи внесли большой вклад в теорию и практику вопроса об английской пунктуации; они установили, что в основе постановки знаков препинания лежит семантико-стилистический принцип [5, с. 156]. Также, был сделан важный вывод о наличии тенденций в расстановке английских знаков препинания – к «усиленной» и к «ослабленной» пунктуации [2, с. 20]. В первом случае в тексте наблюдается большое количество знаков препинания, ослабленная манера пунктуирования подразумевает использование минимального числа знаков. В целом, писатели прошлого ставили знаки препинания гораздо интенсивнее, чем это делают современные авторы. Однако, чередование двух тенденций может быть использовано в пределах одного произведения как стилистический прием, который обеспечивает просодический контраст в оформлении фрагментов высказывания [2, с. 20-21].

Для настоящей работы значимым представляется выделение двух подсистем в английской пунктуации – знаки вертикальной сегментации (ВС) и горизонтальной стратификации (ГС) [Там же, с. 13]. Такое деление объясняется различиями в функциях знаков и присущей им

просодии. Знаки первой группы (точка, точка с запятой, двоеточие, красная строка) выделяют в потоке речи синтаксически значащие единицы. Общими просодическими параметрами для ЗВС являются продолжительность прекращения фонации и изменения в движении тона. С другой стороны, заглавная буква, двойная запятая, двойное тире, двойные кавычки, одиночные кавычки, курсив, разрядка, скобки «расслаивают» речь по горизонтали. Знаки ГС просодически отделяют часть высказывания от основной канвы речи при помощи изменений в движении тона, прекращения фонации, громкости и темпа произнесения [Там же, с. 13-14]. Последние исследования в данной области языкознания показали, что данные просодико-пунктуационные комплексы обладают большим экспрессивным потенциалом; их использование определяется функционально-стилистической принадлежностью текста [1, с. 16].

Фактическим материалом для практической части исследования послужили «Кентерберийские рассказы», написанные Джеффри Чосером в конце XIV века [10], и современный роман рубежа XX – XIX века «Земля воды» Грэхема Свифта [11]. Выбор произведений обусловлен, прежде всего, хронологической «удаленностью» текстов друг от друга. Кроме того, оба произведения представляют интерес с точки зрения употреблённых в них знаков препинания.

Анализ показал, что рассказы Дж. Чосера тяготеют к «усиленной» пунктуации в аспекте вертикальной сегментации; на страницах произведения выявлены следующие знаки подсистемы: красная строка, точка, запятая, точка с запятой, двоеточие, восклицательный знак. Горизонтальная стратификация речи представлена такими знаками, как двойная запятая, скобки, кавычки, курсив и единичные случаи употребления двойного тире. Среди основных тенденций можно отметить частое употребление точки с запятой. Также определенную закономерность составляет употребление запятой перед словами *which*, *and*, *but* в соединительной функции:

1. His wyf and eek his doghter hath he left inwith his hous, of which the dores weren faste yshette [10, с. 20].

2. But al be it so that ful many a womman is badde, and hir conseil vile... [10, с. 24]

3. Honour is eek cleped greet dignytee and heighnesse, but in helle shul they been al fortroden of develes [10, с. 46].

Однако, мы отметили лишь единичные случаи употребления восклицательного знака; случаев использования тире не было обнаружено. В целом, функции пунктуационных знаков раскрываются, главным образом, на семантическом уровне.

Установлено, что произведение Г. Свифта «Земля воды» также тяготеет к «усиленной» пунктуации; однако здесь наблюдается количественный «перевес» в сторону использования знаков ГС. В современном тексте знаки препинания используются не только в семантических функциях, но и главным образом в метасемиотических целях [7, с. 14]. Приведем интересный пример употребления двоеточия:

The answer can be given in a single syllable: Silt. The Fens were formed by silt. Silt: a word which when you utter it, letting the air slip thinly between your teeth, invokes a slow, sly, insinuating agency. Silt: which shapes and undermines continents; which demolishes as it builds; which is simultaneous accretion and erosion; neither progress nor decay [11, с. 8].

Что касается просодического оформления отрывка, то здесь двоеточие сигнализирует смену тембра. При прочтении голосовые качества обретают сомбринированный характер в сторону «потемнения», поскольку у автора негативное отношение к понятию «ил», которое он употребляет как в прямом, так и в переносном значении. На сегментном уровне наблюдается большое количество шипящих звуков, что также помогает формировать негативную окраску и одновременно позволяет читателю услышать «чавканье» ила. Кроме того, следует отметить стилистические средства – лексический повтор слова *silt*, а также реализацию синтаксического параллелизма. Благодаря комплексу речевых и языковых средств, при прочтении отрывка читатель проникается чувством фатализма, неизбежности, которое ощущают люди, родившиеся на «земле воды».

Кроме того, мы обнаружили случаи употребления точки с запятой в риторических целях: Realism; fatalism; phlegm. To live in the Fens is to receive strong doses of reality [11, с. 17].

Здесь при перечислении однородных членов используется не запятая, а более «сильный» в просодико-пунктуационном плане знак. На наш взгляд, автор реализует метасемиотический потенциал точки с запятой для усиления негативной окраски отрезка текста. Просодические параметры знака помогают передать атмосферу той местности, и чувства людей, живущих в этом месте. Таким образом, можно сделать вывод о том, что в современном романе «Земля воды» пунктуация помогает автору определенным образом воздействовать на читателя. Знаки препинания наряду с палитрой других языковых средств участвуют в создании образа персонажа и выражении основной идеи романа.

Подводя итоги проведенному исследованию, подчеркнем, что его результаты обладают несомненной теоретической и практической ценностью. Полученные выводы и материалы работы целесообразно использовать в курсах стилистики и интерпретации текста. Они могут внести вклад в обучение студентов филологическому чтению художественной литературы.

Список литературы

1. Адаева О.М. Функционально-стилистическая обусловленность английской пунктуации // Самарский научный вестник. №1. Самара: Изд-во ПГСГА, 2015. С. 13-16.
2. Арапиева Л.У. Теория и практика системы знаков препинания в современном английском языке: Автореф. дисс. ... канд. филол. наук. М.: Изд-во МГУ, 1985. 23 с.
3. Ахманова О.С. О принципах и методах лингвостилистического исследования. М.: Изд-во МГУ, 1966. 176 с.
4. Баранова Л.Л. Онтология английской письменной речи. 2-е изд., доп. и пере-раб. М. : Изд-во ПСТГУ, 2009. 310 с.
5. Долгова О.В. Семиотика неплавной речи. М.: Высшая школа, 1978. 264 с.
6. Минаева Л.В. Слово в языке и речи. М: Высшая школа, 1986. 147 с.
7. Назарова Т.Б. Филология и Семиотика. Современный английский язык. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1994. 160 с.
8. Пешковский А.М. Роль выразительного чтения в обучении знакам препинания // А.М. Пешковский. Избранные труды. М.: Учпедгиз, 1959. С. 19-32.
9. Щерба Л.В. Пунктуация // Литературная энциклопедия. М.: Советская энциклопедия, 1935. Т. 9. С. 366-370.
10. Chaucer J. Canterbury Tales [Электронный ресурс]. URL: <http://www.librarius.com/cantales.htm> (дата обращения 11.12.2022).
11. Swift G. Waterland. Chatham, Kent: Picador, 1999. 258 с.

5.9.8. – ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ, ПРИКЛАДНАЯ И СРАВНИТЕЛЬНО-СОПОСТАВИТЕЛЬНАЯ ЛИНГВИСТИКА (ФИЛОЛОГИЧЕСКИЕ)

5.9.8.

Р.К. Ахметгареева

Казанский государственный архитектурно-строительный университет,
кафедра иностранных языков,
Казань, rozateacher@mail.ru

НОВЫЕ ПОДХОДЫ К ПРОБЛЕМЕ АКТИВИЗАЦИИ ПРОЦЕССА ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ С ТВОРЧЕСКИМ СТИЛЕМ МЫШЛЕНИЯ

В статье рассматриваются вопросы активизации процесса подготовки специалистов с творческим стилем мышления. Отмечается, что не хватает компетенций коммерциализации результатов научно-технической деятельности. В условиях нового «железного занавеса» со стороны коллективного запада важно научить выпускника вуза самостоятельно добывать востребованную временем информацию. Остро востребован специалист с творческим стилем мышления.

Ключевые слова: *творческий потенциал, компетенции коммерциализации, задачный подход, образовательный процесс.*

В начале февраля этого года в республике Татарстан прошло заседание ассоциации содействия цифровому развитию. Тема была посвящена университетскому технологическому предпринимательству. Основная цель – объединить власть, бизнес и вузы, чтобы наука работала на пользу реальному сектору. «Время, когда можно было заниматься исследованиями ради исследований, безвозвратно ушло в прошлое», - подчеркнул в приветственном слове Раис РТ Минниханов Р.Н. Руководитель республики отметил, что сегодня особенно не хватает компетенций коммерциализации результатов научно-технической деятельности. В ходе заседания часто возникал вопрос: кто-то должен работать с центрами инновационного развития, ориентировать вузы, которые должны работать с акселерационными программами и творческими университетскими «точками кипения».

Реально сегодня мы видим, что в условиях продолжающихся угроз со стороны США и других недружественных нам стран необходимо в стенах отечественных вузов в самые короткие сроки разработать и внедрить целый комплекс эффективных средств для активизации процесса подготовки специалистов с творческим стилем мышления, в кратчайшие сроки внести изменения и в сферу подготовки особенно IT специалистов. В условиях современного противостояния IT-специалист - это работник, чья работа связана с информационными технологиями (ИТ), это также специалисты, которые участвуют во всех этапах разработки той же программы и её продвижения. Различные исследователи, изучавшие проблему формирования творческих аспектов у обучающихся выделяли, что «творчество» (креативность) это не отдельная составляющая характеристика познавательных процессов. Она представляет собой одну из самых глубоких характеристик личности. Личность же нельзя «сформировать», а можно только воспитать. Воспитание, в свою очередь, не может быть ничем иным, как созданием условий для самовоспитания личности.

Становление новых центров инновационного развития ориентирует инженерную педагогику на формирование у студентов качеств творческой личности, расширяет и дополняет принципы педагогической деятельности. Профессорско-преподавательский состав вуза является центральным звеном всего образовательного процесса. Разговаривая с военными специалистами, закончившими в разные годы Казанское артиллерийское училище

часто приходилось слышать, что многие выпускники сожалея о закрытии военного вуза, отмечали сильный преподавательский состав, годами наработанные уникальные методики на различных кафедрах, тот творческий потенциал, «ученый» дух пропитавший стены этого старейшего военного вуза. Построить новые учебные корпуса с современнейшим технологическим оборудованием конечно можно в любом выбранном регионе стране. А вот собрать команду преподавателей-единомышленников с наработанными годами методиками, уникальными технологиями, способных в короткие сроки воссоздать творческие университетские «точки кипения» достаточно не просто.

Современный преподаватель инженерного вуза должен ясно представлять новые схемы образования, в которых появились технологические партнеры со своими идеями, связанными с их бизнес-процессами, но с учетом компетенций университетов. Формирование творческого потенциала, или формирование культуры мышления, непосредственно в образовательном процессе будет происходить тогда, когда учебный материал будет вводиться не как описательный, а как содержащий реальную проблему. Проводимая российской армией специальная военная операция показала острую необходимость создания беспилотных летальных аппаратов (БПЛА), «дронов», способных выполнять важнейшие боевые задачи. Конечно, все это в инженерных вузах требует мобилизации всего творческого потенциала, поиска новых путей решения проблемы. Важнейшей составляющей учебного процесса должен стать переход к осознанному овладению и владению мыслительными приемами и операциями [2,3]. Как показывают результаты многих исследований для развития и тренировки креативности необходимы желание и воля, позитивная мотивация. Важное значение для развития творческого мышления имеет потребность в новых впечатлениях, новой информации, это позитивные эмоции. Положительные эмоции (удивление, радость, переживание успеха и т.п.) стимулируют творчество. Полученные студентом эмоции усиливают гибкость мышления, позволяют извлекать из памяти необходимую информацию и способствуют возникновению соответствующих ассоциаций.

Для более полного анализа деятельности специалиста инженерного профиля обратимся к понятию профессиональной готовности выпускника. Не вдаваясь в различные определения по вопросам готовности специалистов к работе в той или иной сфере деятельности, уточним, что для нас важен вопрос насколько безболезненно будет готов выпускник приступить к решению поставленных перед ним задач творческого характера на производстве. Проводимый в течении всего исследования сбор эмпирических данных осуществлялся методами экспертной оценки, анкетного опроса, традиционного анализа документов и т.д. Рассматривая готовность будущего инженера к профессиональной деятельности мы основное внимание в исследовании сосредоточили на той части профессиональной готовности будущего специалиста, которая характеризует его способности и возможности соответствовать современным требованиям производства, отражает весь потенциал личности инженера. В нашем понимании готовность специалиста-выпускника включиться в сферу производства это – основное социальное качество личности, отражающее степень соответствия молодого специалиста к возрастающим требованиям конкретного производства. Готовность характеризуется мотивированной функциональностью субъекта профессиональной деятельности на основе сформированного уровня профессионально важных свойств и характеристик, базовых профессиональных компетенций.

На кафедре иностранных языков КГАСУ для каждого курса обучения преподавателями разрабатываются профессионально ориентированные учебно-речевые ситуации. Они несут предметно-деятельностный аспект взаимодействия. Как нам представляется, наиболее важной является общепедагогическая функция. Она позволяет с использованием смоделированной учебно-речевой ситуации раскрыть возможность формирования речевых компетенций через решение речемыслительных задач. Решаемые на занятиях ситуации воссоздают наиболее реальное речевое взаимодействие.

Для наглядности рассмотрим основные этапы формирования учебно-речевых действий. На начальном этапе преподаватель ставит задачу провести в конце занятия по изучаемой

теме ролевую игру. Предлагается тематика: «Работа в составе иностранной делегации по вопросам обслуживания технических систем безопасности на объекте». Последовательно в составе учебной группы обсуждаются различные ситуации, возникающие на пути решения поставленных задач, подбираются речевые действия. Касательно представленной тематики (работы в составе иностранной делегации) студент должен быть готов к иноязычному общению от этапа встречи партнеров, что предполагает начало установления речевого контакта, представление делегации и др. Следующий этап - это уточнение некоторых данных, что включают в себя технические системы безопасности, учет пожеланий иностранных партнеров относительно регламента, размещения, организации питания и т.д. Студенты готовят изученные ими ранее слова и выражения, которые нужны для совершения выделенных действий и могут использовать учебно-методическую литературу. Другими словами, в дидактике это обозначают проблемной ситуацией: сначала формируется потребность в знаниях, потом эти знания сообщаются преподавателем или добываются самостоятельно.

Для формирования творческого потенциала у будущих инженеров большое значение имеет наличие у субъекта внутренних ресурсов, необходимых для идентификации задачи и осуществления переноса. Как отмечают многие исследователи – это можно наблюдать при детальном анализе высших уровней творческого мышления, проявляющихся в крупных изобретениях. Итак, мышление или познавательная деятельность развивается в процессе преодоления системы познавательных барьеров. Дальнейшему изучению должны подлежать психологические механизмы самого мыслительного процесса.

Список литературы

1. *Ахметгареева Р.К.* Внедрение в образовательный процесс профессионально значимых учебно-речевых ситуаций при подготовке линейных инженеров //Казанская наука. - 2019. - №7. С.82-85.
2. *Вайсбурд М.Л.* Использование учебно-речевых ситуаций при обучении устной речи на иностранном языке. - М.: Титул, 2001.-128с.
3. *Кирсанов А.А., Жураковский В.М., Приходько В.М., Федоров И.В.* Основы инженерной педагогики. - М.: МАДИ (ГТУ); Казань: КГТУ, 2007.-498с

5.9.8.

Н.В. Возмищева канд. филол. наук, О.В. Ельцова канд. педагог. наук, А.Р. Исламова, Г.Е. Поторочина канд. педагог. наук, М.Н. Смирнова канд. педагог. наук

Глазовский государственный педагогический институт им. В.Г. Короленко,
кафедра иностранных языков и удмуртской филологии,
Глазов, natalymag@mail.ru, eltzowa@mail.ru, alines@inbox.ru,
potorochina1959@mail.ru, dozentggpi@yandex.ru

СОВРЕМЕННЫЕ СОЦИАЛЬНЫЕ И ПОЛИТИЧЕСКИЕ ПРОЦЕССЫ В СТРАНАХ ЗАПАДНОЙ ЕВРОПЫ, ОТРАЖЕННЫЕ В ЯЗЫКЕ (НА ПРИМЕРАХ АНГЛИЙСКОГО, НЕМЕЦКОГО И ФРАНЦУЗСКОГО ЯЗЫКОВ)

В работе представлены результаты изучения неологизмов, появившихся в ряде европейских языков в связи с глобальными социальными, экономическими и политическими процессами. Авторами описываются наиболее частотные сферы возникновения неологизмов, рассматриваются способы их образования. Подчеркивается важность изучения неологизмов каждого конкретного временного периода, поскольку любое пришедшее в язык слово так или иначе хранит сведения об истории, культуре, общественных взглядах и ценностях того или иного этноса в конкретный период времени.

Ключевые слова: *неологизмы, сферы функционирования неологизмов, социальные процессы, слияние слов и частей слов, экспансия англоязычных заимствований.*

Современный мир сложен и многообразен. Политические, экономические, социальные процессы, происходящие в нем взаимосвязаны и многоаспектны. Наибольший интерес с точки зрения влияния социальных факторов на язык представляет лексика, так как именно в лексике отражаются наиболее важные социальные явления, происходящие в обществе. В данной статье мы рассмотрим особенности отражения в словарном составе национальных языков важнейших социальных, политических, экономических процессов, а также проанализируем словообразовательные модели наиболее частотных неологизмов.

Исследователи А.С. Будникова и Е.В. Иванова указывают следующие сферы функционирования неологизмов, выделенные исходя из семантики новообразований [1, с. 174]:

1. *Общественная и повседневная жизнь, включающая названия различных недавно возникших явлений, привычек, вошедших в обиход предметов.* Очень много неологизмов в этой группе связано с пандемией COVID-19. Вот некоторые примеры неологизмов «эпохи ковида»: covidate (англ.) – «свидание во время карантина»; teleworking (англ.) – «удаленная работа с использованием собственного технического оборудования»; Impfluencer (нем.) – «пользующийся популярностью в социальных сетях человек, рассказывающий о своем опыте вакцинации».

2. *Компьютерные технологии и социальные сети.* Здесь процесс образования неологизмов идет давно и постоянно. Вот примеры ряда новообразований в европейских языках: démonétiser (фр.) – «лишить видеоблогера возможности получать рекламные отчисления за демонстрацию своих видео»; Technäpfchen (нем.) – «забавные или обидные казусы, с которыми сталкиваются неопытные в техническом плане люди при общении через сервисы видеоконференций»; Finsta (нем.) – «фейк в Инстаграме».

3. *Социально-экономическая сфера.* Серьезное влияние на эту сферу жизни европейского общества оказывают процессы снижения уровня жизни и повсеместного повышения цен, инклюзии, борьбы за расовое и гендерное равенство. Вот примеры относительно недавно появившихся новообразований: boomeranger (англ.) – «молодой человек или девушка, которые во взрослом возрасте возвращаются к родителям и живут с ними»; transidentité (фр.)

– «гендерная идентичность трансгендерного человека»; *validisme* (фр.) – «дискриминация людей с инвалидностью».

4. *Общественно-политическая лексика*. Начало XXI века ознаменовалось серьезными осложнениями на внешнеполитической арене. Не заставили себя долго ждать и отражающие эти важные изменения в политической и общественной жизни Европы лексические новообразования: *Brexit* (англ.) – «процесс выхода Великобритании из Евросоюза»; *to putinize* (англ.) – «вести жесткую и бескомпромиссную политику»; *eurosceptics* (англ.) – «евроскептики, люди, сомневающиеся в том, что их страна должна находиться в составе ЕС»; *culture du viol* (фр.) – «культура насилия, минимализирующая тяжесть совершенного преступления»; *schwäbische Hausfrau* (нем.) – «швабская домохозяйка» (прозвище, которое получила бывший канцлер Германии Ангела Меркель за политику жесткой экономии бюджета).

5. *Антропоцентрические номинации, описывающие людей и их потребности, умственные качества, убеждения и взгляды, стиль жизни и т.д.* Приведем несколько примеров популярных неологизмов в этой сфере: *Megxit* (англ.) – «отказ герцога и герцогини Сассекских от королевских привилегий и жизни с британской королевской семьей»; *Schwammstadt* (нем.) – «озеленение крыш в Берлине, создание искусственных водоёмов, установка цистерн для сбора дождевой воды»; *frugalisme* (фр.) – «отказ от активного образа жизни раньше срока выхода на пенсию ради того, чтобы перестать быть частью общества потребления» [1, с. 174 – 175], [3], [5], [6], [7].

Далее рассмотрим словообразовательные модели наиболее частотных неологизмов в каждой из вышеперечисленных сфер. Пополнение лексики происходит, в основном, следующими путями: словообразование (аффиксация, словосложение, слияние слов и частей слов, аббревиация); изменение значения слова; лексические заимствования. Отметим, что основные словообразовательные модели неологизмов практически идентичны в каждом из представленных языков.

Начнем со словообразования посредством *аффиксации*. Пандемия COVID-19 сделала особенно популярными некоторые греко-латинские суффиксы и приставки. Отмечены случаи появления новообразований со считающимся непродуктивным суффиксом *-ic*, заимствованным из греческого языка и означающим природные качества или принадлежность (например, *coronic* (англ.) – «человек, инфицированный коронавирусом»). Новую жизнь получила и латинизированная приставка *tele-* (например, *télétravail* (фр.) – «дистанционная работа»). Неизменно популярна международная латинизированная приставка *anti-* (например: *antivaccins*, *antivax* (фр.) – «антипрививочник»). В английском языке также возросла частотность использования глаголов с приставкой *self-* (таких, как *to self-quarantine* – «самоизолироваться»). В сфере политики популярным с точки зрения словообразования остается суффикс *-ism* с отрицательной коннотацией (например, *putinism* (англ.), *Merkelism* (нем.) – «путинизм», «меркелизм») [2, с. 235 – 238], [3], [5], [7].

Способ *аббревиации* также нашел свое отражение в процессе формирования неологизмов: *COVID* (англ. *Corona Virus Disease*) – «коронавирусная болезнь»; *WFH* (англ. *Working From Home*) – «работа / работать удаленно»; *EVEL* (англ. *English vote for English Laws*) – «сторонники идеи того, что за английские законы могут голосовать только англичане, без учета мнений валлийцев, ирландцев и шотландцев» [2, с. 235 – 238], [6].

Однако самыми распространенными способами получения неологизмов стали *словосложение и слияние слов и частей слов*. Ниже представим несколько интересных примеров такого рода новообразований европейских языков:

1. *Слияние слов или частей слов*: *covidivorce* (англ.) – развод из-за того, что супруги оказались в замкнутом пространстве на карантине, образовано словами *covid* (ковид, коронавирус) и *divorce* (развод); *corona-uber*: люди, которые не принимают коронавирус всерьез, выходят на улицы и распространяют заразу, подобно приложению *Uber*, образовано от слов *quarantine* и *Uber*; *démostalgie* (фр.) – всеобщая психологическая усталость в стране, где постоянно растёт взаимное недоверие между институтами и гражданами, составлено из

слов *démocratie* (демократия) и *nostalgie* (ностальгия); *vaccinodrome* (фр.) – центр вакцинации, занимающий большую площадь. Образовано слиянием слов *vaccine* (фр. «вакцина») и *dromos* (греч. «путь») [5], [7], [4, с. 408 – 410].

2. *Словосложение*: *Zoom fatigue* (англ.) – усталость, возникающая от длительного нахождения в онлайн-конференциях на платформе Zoom; *gestes barriers, mesures barriers* (фр.) – поведение и меры, позволяющие предотвратить распространение болезни; *Miss Rona* (нем.) – Мисс Рона / Мисс Корона – олицетворение коронавирусной инфекции (образовано от сущ. *die Corona*). Немцы в этих случаях мрачновато шутят: *Ich habe so einen tollen Urlaub geplant, aber dann ist Miss Rona vorbeigekommen und hat meine Pläne zum Scheitern gebracht* («Я запланировал такой классный отпуск, но пришла Мисс Рона и разрушила мои планы») [2, с. 235 – 238], [4, с. 408 – 410], [6].

Если говорить об *изменении значения слова*, то наибольшим количеством неологизмов, образованных таким способом, европейские языки вновь обязаны эпидемии коронавируса. Особенно много слов обрели прежде не свойственные им значения в английском языке. Так, в связи с массовыми сокращениями и переводом людей на удаленную работу носителями английского языка стал часто использоваться термин *furlough*, который в настоящее время означает «отправление сотрудника домой на принудительный и неоплачиваемый отпуск пока не возобновится работа». Прежде слово чаще переводилось как «увольнительная, предоставляемая военному или чиновнику по его собственной просьбе». Термин *lockdown*, который во время пандемии трактовался как «строгие санитарно-эпидемиологические ограничения по перемещению граждан», в «доковидный» период обычно использовался в значении «режим строгой изоляции заключенных» [5]. Ниже приведены другие примеры появления дополнительного значения и коннотации у некоторых слов английского и других европейских языков, в частности, в лексике сфер политического и виртуального общения:

- *Linkedin-Flex* (нем.) – слово образовано от глагола *flexen* – «сгибаться». В настоящее время к гибкости отношения не имеет и обозначает популярный тренд в социальной сети *LinkedIn*, предназначенной, в основном, для поиска персонала и установления деловых контактов. Суть тренда состоит в том, чтобы представить незначительные факты из своей биографии значительными в слегка преувеличенной форме.

- *Alt-right* (англ.) – люди с расистскими взглядами. Прежде использовалось в значении «ультраправые» [3], [8].

Не секрет, что в связи с процессами глобализации многие европейские языки переживают своего рода *экспансию англоязычных заимствований*. Особенно много такого рода неологизмов было обнаружено в немецком языке:

- *Dogcrastination* (от англ. *dog* – «собака» и *procrastination* – «прокрастинация») – отказ от заведенных в период пандемии питомцев, потому что после снятия ограничений они утратили свое главное назначение – спасать людей от одиночества.

- *Manpliments* (от англ. *man* – «мужчина» и *compliments* – «комплименты») – похвала, которую получает женщина, хорошо выполняющая обязанности или работу, которые традиционно считаются мужскими (например: *Gut geparkt!* – «Отлично припарковалась!»).

- *Femboy* (от англ. *feminine* – «женский» и *boy* – «мальчик») – молодые люди, поведение которых подобно женскому (используют косметику, носят женскую одежду и т.д.). При этом поведение фембоев обычно не связано с нетрадиционной ориентацией [3].

Таким образом, очевидно, что практически на каждое важное событие в обществе язык реагирует новым словом. Развиваясь, современный мир динамично видоизменяется: меняются расстановка и соотношение политических сил, социальные приоритеты, происходит переоценка базовых этнокультурных ценностей. Пока сложно сказать, какие из упомянутых выше неологизмов укоренятся в том или ином европейском языке. Быть может, некоторые из лексических новообразований так и останутся маркерами блогов, чатов и подкастов 2020-2022 годов или модным сленгом того же периода. Однако любое пришедшее в язык слово так или иначе хранит сведения об истории, культуре, общественных взглядах и ценностях того или иного этноса в конкретный период времени, а потому неологизмы эпохи

перемен, каковой мы, несомненно, можем считать двадцатые годы XXI века, заслуживают тщательного рассмотрения и изучения. Равно как и лексические единицы, характеризующие иные исторические периоды.

Список литературы

1. Будникова А.С., Иванова Е.В. Неологизмы в английском языке, появившиеся во время пандемии КОВИД-19 [Электронный ресурс] / А.С. Будникова, Е.В. Иванова // Ученые записки. Электронный научный журнал Курского государственного университета. 2021. №3 (59). – С. 173 – 176. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/neologizmu-v-angliyskom-yazyke-poyavivshiesya-vo-vremya-pandemii-kovid-19> (дата обращения: 17.01.2023)
2. Горбачева С.Д. Специфика образования covid-лексики в английском языке [Текст] / С.Д. Горбачева // Молодой ученый. — 2022. — № 25 (420). — С. 235-238. — Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/420/93456/> (дата обращения: 13.01.2023).
3. Лукашенко А. Новейшие немецкие слова 2022 года / А. Лукашенко [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.de-online.ru/novye-nemeckie-slova> (дата обращения: 18.01.2023)
4. Мокеева Е.Н. Влияние глобальных явлений (COVID-19) на лексический состав английского языка [Текст] / Е.Н. Мокеева // Молодой ученый. — 2021. — № 24 (366). — С. 408-410. — Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/366/82376/> (дата обращения: 09.05.2022).
5. Coronavirus Covid-19 Vocabulary [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.englishclub.com/vocabulary/coronavirus-covid19.php> (дата обращения: 13.01.2023)
6. English vote plan to become law despite objections [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.bbc.co.uk/news/uk-politics-34599998> (дата обращения: 18.01.2023)
7. Le Petit Robert 2022 et ses mots nouveaux [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.lerobert.com/mots-nouveaux-petit-robert.html> (дата обращения: 18.01.2023)
8. Urban Dictionary [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.urbandictionary.com> (дата обращения: 18.01.2023)

5.9.8.

М.О. Жердева канд. филол. наук

ФГБОУ ВО «Московский государственный технический университет имени Н.Э. Баумана
(научный исследовательский университет)» Мытищинский филиал,
космический факультет,
кафедра К5 «Лингвистика»,
Мытищи, marina_zherdeva@inbox.ru

ЛОЖНЫЕ ДРУЗЬЯ ПЕРЕВОДЧИКА ИЛИ МЕЖЪЯЗЫКОВЫЕ ПАРОНИМЫ В АНГЛИЙСКОМ И РУССКОМ ЯЗЫКАХ

В настоящей статье рассматриваются ложные друзья переводчика (ЛДП) или межъязыковые паронимы в английском и русском языках, которые могут вызвать затруднения у студентов в понимании аутентичных текстов и при переводе таковых. Предпринимается попытка выяснить, какие факторы могли обусловить семантическую дивергенцию у таких лексем.

Ключевые слова: *ложные друзья переводчика (ЛДП), межъязыковые паронимы, язык-донор, язык-реципиент, семантическая дивергенция.*

Согласно общепринятому мнению ложными друзьями переводчика (ЛДП) или межъязыковыми паронимами (межъязыковыми омонимами) принято считать пару слов в двух языках, похожих по написанию и/или произношению, часто с общей этимологией, но имеющих семантические расхождения. [1, С. 267 – 274, 3] Например, англ. *angina* — «стенокардия», а не «ангина», *genial* – «добрый», а не «гениальный», *magazine* — «журнал», а не «магазин», и т.д.

Ложные друзья переводчика часто могут приводить к неправильному пониманию и переводу текста, особенно если речь идет о студентах, обучающихся на филологических и переводческих отделениях. Часть из этих слов образовалась в результате того, что после заимствования значение слова в одном из языков изменилось, в других случаях заимствования вообще не было, а слова происходят из общего корня в каком-то древнем языке, но имеют разные значения; иногда созвучие чисто случайно. Термин «ложные друзья» был введен Максимом Кёсслером и Жюлем Дероккини в 1928 году в книге «*Les faux amis ou les pièges du vocabulaire anglais*» («Ложные друзья или основы английского словаря»).

Частным случаем ложных друзей переводчика являются квази-интернационализмы или межъязыковые омонимы, совпадающие (по своей графической и/или фонетической форме) со словами интернациональной лексики и вызывающие различного рода затруднения при переводе: полное или частичное искажение высказывания, нарушение лексической сочетаемости или стилистического согласования слов во фразе.

Но в данной статье в центре внимания будут именно ложные друзья переводчика (ЛДП). При этом представляется не особенно интересным простое перечисление таких слов, т.к. их можно найти в специальных словарях. В представляемом исследовании предпринимается попытка проследить сам процесс расхождения или дивергенции значений слов и его возможные причины. Группа ложных друзей переводчика ограничена наиболее употребляемыми лексемами. Все данные о происхождении этих слов были извлечены из этимологических словарей английского и русского языков.

В качестве первого примера рассмотрим пару слов – англ. “*accurate*” («точный») и русск. «аккуратный». Оба прилагательных восходят к латинскому причастию 2 “*accuratus*” (букв. «приготовленный с заботой / тщательно», но позже «точный, старательный, исполнительный»), образованному от глагола “*accurare*” («заботиться»). В английском языке

данное прилагательное, заимствованное из латинского источника, зафиксировано в 1610 году и употребляется именно в значении «точный»[4]. В русский язык данное прилагательное пришло из польского (возможно, из немецкого) * языка-донора в начале 18 века, т.е. значительно позже, и сохранило значение, развившееся в языке-доноре [2].

Небольшое отступление: следует уточнить, что заимствование русского прилагательного произошло скорее из немецкого языка, т.к. нем. *akkurat* используется и как прилагательное и как наречие; сравните: в русском разговорном языке «аккурат в пору / аккурат в назначенный час» - это тоже адвербиальный узус слова «аккурат».

Во второй паре лексем – англ. “ammunition” («боеприпасы») и русск. «амуниция» (т.е. «снаряжение») - оба существительных восходят к французскому (искаженному) “la munition” («военные запасы, боеприпасы»), которое, в свою очередь, имеет своим этимологом (т.е. «предком») латинское слово “munitionem” («укрепление, запас, снаряжение») [4]. И вновь оба существительных имеют два разных языка-донора: английское существительное заимствовано непосредственно из французского языка (1620г.), а в русский язык оно пришло через польский в 18 веке [2]. При этом в русском языке значение, более близкое к этимону, сохранилось.

Третья пара – это существительные англ. “biscuit” («печенье») и русск. «бисквит». Оба слова восходят к французскому существительному “biscuit”, но собственно этимологом является сущ. “biscoctum” из средневековой латыни, которое является субстантивированным причастием со значением «дважды испеченный» [4]. В английский язык (язык-реципиент) это слово проникло в 14 веке в форме “besquite” (в 16 веке – “bisket”) и стало означать «твердая сухая выпечка из тонких сладких коржей», а новое значение «печенье» было впервые зафиксировано в американском варианте английского языка в 1818 году, позже оно распространилось и в британском английском; но в русском языке сущ. «бисквит», заимствованное из французского языка («бисквит, галета»), сохранило значение более собственное общему этимону этих слов [2].

Четвертая пара слов относится к разным именным образованиям: английское прилагательное “brilliant” («блестящий, сверкающий») и русское существительное «бриллиант» это разные части речи, но они восходят к общему этимону – франц. “brilliant” («блестящий»), который происходит от причастия 2 латинского глагола “briller” («сверкать, блестеть»).

В английском языке данное прилагательное встречается с конца 17 века (1680-е гг.) именно в значении «блестящий, сверкающий»[4]. В русском языке слово «бриллиант» означает «хорошо ограненный алмаз высокой чистоты» [2], т.е. это субстантивированное прилагательное, которое было переосмыслено как существительное в результате метонимического переноса значения: бриллиант сверкает всеми цветами радуги, и данное его свойство было перенесено на сам драгоценный камень.

В пятой параллели англ. “carton” («небольшая коробка») и русск. «картон» («плотная бумага») оба существительных восходят к франц. “carton”, которое, в свою очередь, образовано от лат. “carta” («бумага») [4]. В английский язык слово было заимствовано в начале 19 века именно как название плотной бумаги, но с конца 19 века (1890) оно стало обозначать само изделие из этого материала (т.е. небольшие бумажные или картонные коробки), таким образом, произошел метонимический перенос. В русском языке (нач.19 века) данное существительное сохранило исконное значение [2].

Следующая пара ЛДП это существительные – англ. “chef” («шеф-повар») и русск. «шеф» («начальник, глава» + устаревшее «командир полка»). В английском языке это существительное произошло от французского выражения “chef de cuisine” (букв. «начальник кухни»), которое сократили до первого существительного с сохранением значения всего выражения (1842г.) [4]; следовательно, это эллипсис. В русском языке данное существительное было впервые зафиксировано в эпоху Петра Великого (Петра I), при этом оно было заимствовано из французского языка с исходным значением его этимона «начальник, глава» [2].

В паре ЛДП английское сущ. “comfort” («утешение, успокоение») и русское сущ. «комфорт» («уют, удобство») оба слова восходят к французскому сущ. “confort”, которое, в свою очередь, образовано от латинского глагола “confortare” («утешать, успокаивать») [4]. В английском языке это существительное зафиксировано в конце 12 века, но в конце 14 века приставка “con-“ была переосмыслена как латинский префикс “com-“; в русский язык слово «комфорт» пришло в начале 19 века (возможно, через немецкий язык-донор) [2]. Примечательно, что в современном французском языке сущ. “confort” сохранило оба значения: «уют, удобство» и устаревшее «укрепление, поддержка». Следовательно, русское существительное имеет значение, более приближенное к современному смыслу французского источника, а в английском языке сохранилась семантика более сходная с латинским этимологом.

Интересной является пара лексем англ. “complexion” («цвет лица, состояние кожи») и русск. «комплексия» («телосложение»); среднеанглийское существительное (с.а. “complexioun”) «темперамент, природный склад ума и тела» было заимствовано из французского языка (фр. “complexion, complexion”) и восходит к латинскому “complexionem” [4]. Но в 15 веке данное существительное развивает особое значение «цвет лица, оттенок кожи», т.к. в средневековой физиологии, как полагали, лицо отражает состояние здоровья и темперамента. В русский язык данное существительное пришло из польского языка (1705г., польск. “kompleksja” из лат.), при этом именно в русском языке слово сохранило значение более близкое к латинскому этимону [2].

В паре ЛДП англ. “decade” («десятилетие») и русск. «декада» («промежуток времени в 10 дней») оба слова восходят к франц. “decade”, которое пришло из лат. “decadem”, а в лат. из греч. “dekas / dekados”, образованного от греч. числительного “deka” («десять»), унаследованного из и.е. праязыка (и.е. *dek-m-) [4]. Следовательно, это очень древняя лексема, которая проникла через несколько языков (и.е. – греч. – латынь – франц.) сначала в английский язык-реципиент (15в.), а затем в русский (конец 18 – начало 19вв.) [2]. В языке-доноре (франц.) эта лексема сохранила оба значения – «десятидневка» и «десятилетие»; таким образом, в двух разных языках-реципиентах закрепились два разных значения, присущих языку-донору. Если можно так выразиться, произошло семантическое расщепление.

Необычным представляется формирование пары ЛДП англ. “extravagant” («расточительный, неэкономный») и русск. «экстравагантный» (т.е. «причудливый, необычный, странный»). В английский язык данное прилагательное было заимствовано в конце 14 века из французского языка и восходит, по-видимому, к наименованию декретов Папы Римского, не вошедших в официальные сборники (“constitucious extravaganta”) [4]. Прилагательное “extravagant” является переосмысленным причастием 1 от глагола “extravagari” со значением «бродить, блуждать вне/за пределами»; уже в 15 веке оно могло означать «необычный, неординарный», еще одно значение – «выходящий за разумные пределы» было впервые зарегистрировано в 1590 году. Предполагают, что последнее значение пришло из французского языка; при этом современное значение – «расточительный» - развилось довольно поздно, точнее, в начале 18 века (зафиксировано в 1711г.).

В русском языке прилагательное «экстравагантный», заимствованное из французского языка, появилось в конце 19 века [2]. В современном французском языке данное прилагательное сохранило значение «причудливый, странный, необычный»; следовательно, русское заимствование получило тождественную семантику, как в языке-доноре. Но в английском языке чаще данное прилагательное употребляется в развившемся в начале 18 века значении.

Часто английское прилагательное “intelligent” («умный, понятливый, смелый») соотносят с русским существительным «интеллигент». Несомненно, оба слова восходят к общему этимону – латинскому причастию 1 от глагола “intelligere” – “intelligentem / intelligence” («ум, знания, компетентность, образованность»), которое в 15 веке было

заимствовано в английский язык как прилагательное [4]. В русском языке слова «интеллигенция / интеллигент» появились в первой трети 19 века из польского языка-донора, где оно означало «сообразительный человек», но в русском языке оно изменило значение - «образованный человек (как правило, с высшим образованием)» [2]. Интересно заметить, что позже в 19 веке русское слово «интеллигенция» было заимствовано во французский язык именно с тем значением, которое развилось у него в русском языке. Несомненно, переосмыслению значения слов могло способствовать их разная частеречная принадлежность.

Весьма необычна история слов англ. “magazine” («журнал») и русск. «магазин». В английский язык данное слово было заимствовано в конце 16 века (1580г.) в значении «склад для хранения запасов (особенно военных боеприпасов)» из франц. языка, в который оно попало из итальянского (итал. “magazinno”), а в итальянский - из арабского “makhazin” («склад») [4]. Новое значение – «журнал» - появилось в 1731 году в связи с опубликованием первого номера “Gentleman’s Magazine” – сборника небольших рассказов, который иносказательно называли «складом (рассказов / информации) для джентльмена». С тех пор, новое значение полностью вытеснило старое.

А в русский язык слово «магазин» пришло во времена Петра I из немецкого языка (конец 17 – начало 18 вв.) в значении «специально оборудованное помещение для торговли» и со временем вытеснило исконно русское слово «лавка» (с тем же значением), при этом именно русское существительное сохранило еще одно значение близкое к смыслу этимона – «магазин патронов» (т.е. склад / хранилище для патронов) [2]; в английском языке новое значение закрепилось благодаря средствам массовой печати.

Последняя из рассматриваемых пар ЛДП – это существительные англ. plaster («штукатурка, гипс; пластырь») и русск. пластырь («перевязка, налагаемая на рану»). Это существительное было заимствовано в древнеанглийский язык из средневековой латыни как медицинский термин; при этом правильная форма слова была лат. “emplastrum”, но со временем префикс «em-» был утрачен, и существительное было заимствовано без него. В латинский язык оно пришло из греческого “emplastron”, которое буквально значило «то, чем замазывают раны». В среднеанглийском языке упоминаемое существительное получило новое значение «строительная смесь из извести, воды и песка (совр. «штукатурка»)», которое впервые было зафиксировано в 1300 году, а с конца 14 века это существительное стало употребляться также в значении «гипс», развившееся из словосочетания “plaster of Paris”[4].

В русском языке слово «пластырь» является унаследованным из старославянского языка существительным, которое, в свою очередь, пришло из латыни (“emplastrum”) через средневерхненемецкий язык (свн. “pflaster”) [2]. При этом именно в русском языке это существительное сохранило значение наиболее близкое к своему этимону.

В заключение можно сделать следующие выводы:

1) Рассматриваемый материал не выявил примеров случайного совпадения слов, заимствованных в английский и русский языки с возможной смысловой дифференциацией, как правило, все ЛДП восходят к общему этимону.

2) Семантические различия могли возникать как в результате заимствования слов в разном значении из одного источника, так и вследствие развития новых значений в языке-реципиенте; или в результате отличий, возникших в двух языках-донорах.

3) С целью более глубоких выводов относительно причин семантической дифференциации представляется необходимым провести более широкий анализ материала по ложным друзьям переводчика, представленным в различных словарях ЛДП.

Список литературы

1. Будагов Р.А. «Ложные друзья переводчика»// Р.А. Будагов. Человек и его язык. – М., Из-во Московского ун-та, 1976. – 276 с. – С.267 – 274.
2. Климов М.В. Большой этимологический словарь русского языка. 2021, М., «Дом Славянской Книги». – 960 с.
3. Лобковская Л.П. О понятии межъязыковой омонимии (К проблеме термина «ложные друзья переводчика»). – Вестник Челябинского государственного университета. – 2012, №20 (274). Филология. Искусствоведение. Вып.67. С.79 – 87.
4. Morris W., Morris M. Morris Dictionary of Word and Phrase Origins. 1977, N.-Y., L. – 654 p.

5.9.8.

Е.Г. Князева, Н.А. Сидорова

Военный университет имени князя Александра Невского Министерства обороны РФ,
кафедра иностранных языков,
Москва, natuzz@rambler.ru,

Военный университет имени князя Александра Невского Министерства обороны РФ,
факультет иностранных языков,
кафедра английского языка,
Российский государственный социальный университет,
кафедра иностранных языков и культур,
Москва, natuzz@rambler.ru

ЛИНГВОАКСИОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПЕРЕВОДА И ИНТЕРПРЕТАЦИИ ТЕКСТА

В статье рассматривается перевод текста как процесс передачи знаковой последовательности на другой язык/код. Авторы приходят к выводу, что опора на три критерия речесихической активности (аксиологический, психологический и лингвистический) позволяют переводчику создать сообщение на другом языке, обладающее ценностно эквивалентной природой.

Ключевые слова: *перевод текста, ценностные установки, текст-оригинал, текст перевода.*

Актуальность исследования заявленной темы вызвана необходимостью поиска определенных способов, обуславливающих выбор приёмов перевода текстов с одного языка на другой. Особое внимание обращают на себя ценностные характеристики переводческой деятельности, которые существенно детерминированы ценностно обусловленной коммуникативной деятельностью переводчика.

По утверждению У.Эко, «когда совершается передача знаков, воспринятых согласно строго определенному коду, ... сообщение может быть объяснено, даже не прибегая к интерпретативным усилиям получателя, поскольку здесь начинает действовать совокупность традиционных ценностей, которыми общество наделяет составляющие передаваемого сообщения» [6, с. 147]. Следовательно, при передаче знаковой последовательности на другой язык / код переводчик с высокой долей вероятности учитывает ценностные установки и когнитивно-мыслительные способности адресата, ориентируется на универсальные, национальные ценностные и ментальные структуры и привносит в полученный текст индивидуальное ценностное отношение не только к тексту, но и к окружающей действительности, к соотношению знаков текста и окружающей действительности в корреляции со свободным ценностно обусловленным выбором.

Текст является предметно-знаковым звеном коммуникации. При переводе любого текста большую роль играет учет когнитивных и, особенно, ценностных факторов. Данная мысль связана с идеей коммуникативного аспекта, который при переводе играет основополагающую роль, поскольку для переводчика текст представляет собой «коммуникативную систему речевых знаков и знаковых последовательностей, воплощающую сопряженную модель деятельности адресата и отправителя сообщения» [4, с. 137].

Перевод текста, с точки зрения опоры на ценностный аспект текста оригинала, обозначает необходимое присутствие психологической точки зрения в коммуникативном феномене перевода, т.е. учёт получателя этого текста (адресата). Структурный анализ составляет суть анализа лингвистического компонента текста оригинала, это же учитывается и при его переводе на другой язык. Перевод текста означает признание необходимости

аксиологического и психологического фактора, поскольку переводчик обладает аксиологическими и психическими особенностями получателя. Признание психического фактора подразумевает формальную возможность процесса перевода, значимую настолько, что позволяет объяснить структуру оригинального текста и результат процесса перевода. Возможность структурного анализа возникает тогда, когда он истолковывается аксиологически определенным образом, это предусматривает также ситуативный и коммуникативный аспекты.

При переводе текста необходимо воспринимать интерактивную связь, которая устанавливается как на уровне восприятия, так и на уровне осмысления. Между миром текста оригинала, который иногда называют миром стимулов (по У. Эко), и получателем дальнейшего текста перевода устанавливается трансакционная связь, важная для формирования переводчиком истинного пути постижения смысла, т.е. интерпретации - интеллектуального постижения смысла через соотнесение с аксиологическим компонентом осмысления получателем текста, поскольку, «переводческий процесс включает в себя ряд когнитивных механизмов, которые задействуются переводчиком практически одновременно друг с другом» [1, с. 7].

В исследованиях деятельности переводчика указывается: «переводчик - это прежде всего личность, тонко чувствующая культурологические особенности текста перевода в связи с тем, что язык не является изолированным феноменом, он сопряжен с культурой, а перевод подразумевает не только замену языковых средств, он обеспечивает и функциональную замену элементов культуры» [5, с. 97]. Следовательно, перевод текста выдвигает не только проблему передачи эквивалентной информации, но и элементов ценностей, культуры, содержания, закодированных языковыми средствами, кодом языка-оригинала. Именно ценности, культура передаются с помощью языковых средств данного языка.

«*Even as we build this force, today Army must maintain a clear superiority over potential adversaries. At the most basic level, these include the capabilities Army forces must possess to be successful in future operations*» [7]. (И тогда, когда мы создадим такие силы, современная армия должна достичь явное превосходство над потенциальным противником. На базовом уровне они уже включают в себя все возможности, которыми должны обладать вооружённые силы, чтобы быть успешными в будущих операциях – здесь и далее перевод наш – Е.К., Н.С.).

Ценностно-содержательными опорами данного текста являются следующие: модальный глагол *must* - употребляется в каждом предложении, контекст текста представляет будущее время, имплицитовано представлено превосходство определённых качеств. При переводе необходимо выявлять и реализовывать ценностно-содержательные опоры текста-оригинала, передающиеся элементами системы языка. Для того чтобы текст перевода был доступен адресату, переводчик использует тактику рациональной аргументации в комбинации с явными и имплицитными логическими доводами, подкреплёнными логическими умозаключениями.

Рассматривая факторы, сопровождающие процесс перевода военного текста, указывается, что автор, обращаясь к читателю, «использует отвлечённые существительные *speed, agility, lethality, awareness*, которые не дают читателю ясного представления о реорганизации сухопутных войск. Большие достижения этих войск за всю их историю описываются причастием *unequaled in the history of ground combat*. Переводчик раскрывает смысл того, что выражено словами «силы, равной которой не было в истории», т. к. убежден, что читателю нужны не абстрактные, а достоверные данные» [3, с. 135–138]. Исследователь выделила лексемы, которые вызовут, по мнению автора, интерес к данному сообщению: «*to reach critical mass, from the foxhole to the industrial base*», а фраза – *is an enormously complex undertaking* – имеет прямой воздействующий характер, стимул к выполнению определённой коммуникативной деятельности. Таким образом, три критерия (аксиологический, психологический и лингвистический) деятельности, позволяют переводчику создать сообщение на другом языке, обладающее ценностно эквивалентной природой.

Процесс перевода текста предоставляет возможности его интерпретации: «интерпретация – термин далеко не однозначный» [2, с. 14]. Исследуя интерпретационные особенности перевода, мы обращаем внимание на аксиологический аспект содержания текста, который содержится в коммуникативной активности и переводчика, и получателя текста перевода. Аксиологический подход служит определенным способом постижения значений как единиц текста-оригинала, текста-оригинала, так и значений, формирующихся в процессе интерпретации, и текста-перевода. Процесс интерпретации включает в себя объекты (единицы текста, текст), цели, инструменты и результаты.

В переводческом процессе цели интерпретации являются величиной переменной, во многом определяются личностью переводчика, его ценностями, когнитивными и психическими особенностями. Целенаправленность интерпретации связана и с автором, и с адресатом.

Инструменты интерпретации используются переводчиком в зависимости от цели. В.З. Демьянков выделяет две группы инструментов: а) свойства данного текста... б) «духовные инструменты», т.е. те ценности и установки, которые заложены в переводчике до момента интерпретации, собственно перевод и модификация ценностей в момент интерпретации, формирование новых сведений на основе имеющихся знаний под воздействием ценностной модификации, сформированной при интерпретации текста-оригинала, и, наконец, стратегия перевода, конструируемая при создании текста-перевода [2, с. 28].

Результаты интерпретации определяются в процессе перевода, в момент, когда речевые объекты приобретают речевое значение. В контексте перевода значение, обусловленное ценностями переводчика, сужает или модифицирует внутренний мир получателя текста.

Оценка ценностных миров переводчика и получателя текста составляет основу их взаимодействия, являясь одним из видов интерпретации, и квалифицирует динамику перевода как процесса.

Today's ceremony, however, has very special meaning because today, we are not merely transferring power from one administration to another or from one party to another, but we are transferring power from Washington, D.C. and giving it back to you, the people [7]. (Но у сегодняшней церемонии есть особенное значение. Сегодня власть переходит не от одного правительства к другому, от одной партии к другой – власть переходит от Вашингтона к вам, народу Америки). Для интерпретации текста-оригинала переводчик использовал прием конкретизации и лексического добавления. Оригинальный текст, предназначенный американцам, содержит упоминание об американском народе. В тексте перевода слова «the people» как «народу Америки» представляется весьма логичным, поскольку такой вариант дает возможность усилить ценностную убедительность текста перевода.

Таким образом, перевод текста, содержащего аксиологический компонент, отличается определенными особенностями. Интерпретация как динамический процесс предполагает не только изменение репертуара знаков, но и модификацию ценностей как автора перевода, так и получателя. Интерпретирование является одной из важнейших стратегий перевода, позволяющая сохранить смысл оригинального текста и выдержать максимально близкий стиль текста оригинала. Соответственно, переводчик интерпретирует аксиологическую составляющую текста оригинала с тем, чтобы максимально достоверно передать ее на другом языке. В заключение отметим, что интерпретация и перевод обладают общей природой: можно говорить не только о принятии ценностей и точки зрения автора текста-оригинала, но и готовности предложить при осуществлении перевода определённые ценности получателю переведенного текста.

Список литературы

1. Балаганов Д.В. Динамика состояния языкового сознания индивида в процессесинхронного перевода // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Лингвистика. – Москва, 2020. – С. 6 – 14.
2. Демьянков В.З. Интерпретация человеческая и интерпретация машинная: сравнительный анализ / Перевод и автоматическая обработка текста.- М.: Институт языкознания АН СССР, 1987. – С. 13 - 29.
3. Кучинская Е.А. Коммуникативные стратегии военно-публицистического текста // Вестник Тамбовского университета. – Сер. «Гуманитарные науки». – Тамбов, 2008. – № 9(65). – С. 133–138.
4. Сидоров Е.В. Онтология дискурса. – М.: Издательство ЛКИ, 2008.
5. Сидорова Н.А., Федулова М.А. Возможности применения переводческих трансформаций при переводе специальных текстов // Ученые записки Национального общества прикладной лингвистики. М.: НОПриЛ, 2020. – С. 92 – 102.
6. Эко У. Открытое произведение: Форма и неопределенность в поэтике. – СПб.: Академический проект, 2004.
7. United States Army. WeaponSystems. – URL: https://books.google.ru/books?id=qbU32K7nPuEC&newbks=1&newbks_redir=0&printsec=frontcover&hl=ru&source=gb_mobile_entity&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false (дата обращения: 22.01.2023)

5.9.8.

Е.В. Краснова канд. филол. наук, М.Ю. Масалова канд. филол. наук, К.М. Бабаян

Донской государственный технический университет,
факультет прикладной лингвистики,
кафедра «Научно-технический перевод и профессиональная коммуникация»,
Ростов-на-Дону, krasnova07@inbox.ru, marisana2@yandex.ru, karina_babayan_1999@mail.ru

ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ОЦЕНОЧНОЙ ЛЕКСИКИ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ СПОРТИВНОМ ДИСКУРСЕ (НА МАТЕРИАЛЕ ЛЕКСИКИ КОННОГО СПОРТА)

В статье рассматриваются особенности употребления оценочного компонента лексических единиц в англоязычном спортивном дискурсе. Особое внимание уделяется распределению оценочной лексики на группы по характеру проявления оценочности. Использование оценочной лексики совместно со спортивной терминологией приводит к особому восприятию содержания последующей информации в тексте и более эффективному воздействию ее на сознание реципиента. Целью исследования является анализ оценочных единиц спортивного дискурса и специфика проявления оценочности в текстах, посвященных конному спорту.

Ключевые слова: *оценочный компонент, смысловое ядро, спортивный дискурс, лексика конного спорта.*

Изучение проблемы перевода оценочных единиц и их функционирования в спортивном дискурсе на материале информации о конном спорте с использованием текстов англоязычных масс-медиа актуально. Спортивный дискурс характеризуется большим количеством языковых единиц лексико-семантического уровня, а также сложной системой стилистической организации языковых единиц. Материалом в данном исследовании являются статьи и видеорепортажи современных англоязычных СМИ (Eurosport, The New York Times, Olympics, Newsweek, и др.). [4,5,6]

При переводе текстов в первую очередь воспроизводятся его функции информативная и воздействующая. Одним из способов их реализации является оценочная лексика, а именно оценочная информация, репрезентируемая оценочными лексическими единицами. Использование в тексте перевода оценочного компонента лексических единиц необходимо для воспроизведения смыслового ядра текста оригинала.

Оценка — это антропоцентрическая направленность, поскольку оценочная лексика отражает прагматическую установку текстов СМИ, связанную с воздействием на потенциального читателя, и должна быть адекватно передана в процессе перевода. [1]. Характеристики функционирования оценочной лексики достаточно специфичны. Так, выделяются особенности поведенческой деятельности человека; отношение к окружающему миру; и отношение к разнообразным качественным характеристикам человека. Оценочность — способ выражать языковыми единицами относительно устойчивые характеристики человека, а также суждение для языковой личности ценностей предметов, явлений и процессов, компоненты высказываний которых всегда разнообразны и выражаются либо в позитивном, либо в негативном ключе. [1]

Например: «... *He goes away Olympic champion but it's important for me he comes back safe...*».

По способу выражения оценочная лексика делится на две большие группы: отрицательно-оценочные (упрек, оскорбление, неодобрение, колкость и т. д.) и положительно-оценочные (комплимент, похвала, лесть и т. п.). [2]. Например: отрицательно-оценочные: «...*The medal went some way to wiping away the disappointment of not qualifying for the individual jumping final but the US came agonizingly close to gold...*». (07.08.2021 *The Guardian*);

положительно-оценочные: «...*It is the first time since the 1972 Munich Olympics GB have won gold in the event and in the end it was a dominant win for the British trio*». (08.02.2021 Eurosport).

Оценочными выражениями являются не только те выражения, которые несут в себе прямой (явный) показатель оценочности, как, например, слова: хорошо/плохо, добро/зло и т. д., но и многочисленные виды сообщений, куда входят слова или выражения, включающие оценочную сему как один из элементов, составляющих собственное значение. Например: «...*The 30-year-old looked cool and composed in his run, finishing well inside the time limit with 75.62 seconds and producing a clean run*». (08.02.2021 Eurosport)

Спортивный дискурс — термин, используемый в ряде гуманитарных наук, предмет которых прямо или опосредованно предполагает изучение функционирования языка: лингвистики, семиотики, социологии, философии и др., определяется как «речь, транслирующая смыслы, определяющие спортивную деятельность, и совокупность произведенных текстов, фиксируемых письмом или памятью». [3, с. 16].

Важной стратегией дискурса конного спорта (ДКС) является борьба, как и в любом другом виде спорта. Невозможно стать победителем, не приложив особых усилий, при этом необходимо контролировать и оценивать ситуацию, при этом реализуется стратегия контроля и оценочная стратегия. Стоит также отметить, что данные стратегии используются и в ходе обучения. Во время тренировок тренер оценивает действия спортсмена, хвалит, критикует, мотивирует к дальнейшим действиям, применяет фразы для привлечения внимания, применяя обращения, замечания, комментарии.

Для выявления функционирования англоязычной оценочной лексики был проведен анализ случайной выборки тестового массива спортивных статей о конном спорте:

- For Horses, Like Elite Athletes, It's All About the Training. (09.09.2018 The New York Times)
- 'That's where I often makes a difference' – equestrian is a matter of skill against the clock. (02.07.2021 Eurosport)
- Tokyo 2020 - Great Britain win eventing team gold to end 49-year wait for Olympic glory (02.08.2021 Eurosport)
- Love has to prevail': Pearson sends LGBTQ+ message of support after gold. (26.08.2021 The Guardian)
- Mo Donegal Wins the Belmont, Ending Rich Strike's Magical Story. (11.06.2022 The New York Times)
- Belgium win 2022 FEI Jumping Nations Cup Final and claim Paris 2024 spot. (03.10.2022 Olympics)

Общий объем выборки составил 5447 единиц.

Таблица – Количественный состав анализируемой лексики

Группы	Количество единиц	Частотность появления	% содержание
1. Группа лексика FEI	97	923	18%
2. группа спортивные термины (ДКС)	286	2724	49%
3. группа спортивные термины общего значения	189	1800	33%

Анализ текстового массива проводился с использованием компьютерной программы TextSTAT. И анализ показал, что 564 значимых слова, использовались в тексте 5372 раза, которые делятся на три группы по характеру проявления оценочности, а именно:

- проявляющие оценочный характер;
- не проявляющие оценочного характера;
- нейтральные термины.

К первой группе относятся языковые единицы, обозначающие занятые места, категории Международной федерации конного спорта (FEI), например: «серебряные призеры», «финалисты» и т. д. Общее количество — 97 слов (встречаемость 923 раза), что составляет около 18% от всех значимых слов анализируемой выборки.

Во вторую группу входят специальные спортивные термины конного спорта, названия элементов, аллюров и т. п. Например: «выездка», «драйвинг», «дистанционные конные пробеги» и др. Общее количество — 286 слов (встречаемость 2724 раза), что составляет около 49% от всех значимых слов анализируемой выборки. Такое значимое количество слов может быть обусловлено тем, что для анализа использовались статьи, описывающие процесс тренировок, мнение спортсменов о своем выступлении после окончания соревнований.

К третьей группе относятся слова, которые в любой момент могут быть использованы в качестве оценочных слов субъектами, данной сферы деятельности — «старты», «езда», «маршрут» и т. д. Общее количество — 189 слов (встречаемость 1800 раз), что составляет около 33% от всех значимых слов анализируемой выборки. Элементы данной группы при определенных обстоятельствах могут войти как в первую, так и вторую группу, т. е. их употребление зависит от контекста и ситуации использования и является динамической характеристикой, так как они обладают имплицитной оценочностью.

Таким образом, оценочные значения имеют рациональную (интеллектуальную, логическую) основу. Оценка является необходимым компонентом эмоциональной реакции, так как определение значимости события или ситуации, происходит через оценивание, при этом осуществляется активизация эмоций.

Список литературы

1. Арутюнова Н.Д. Типы языковых значений: Оценка. Событие. Факт. – М.: Наука, 1988. – 341 с.
2. Вольф Е.М. Функциональная семантика оценки. Лингвистическое наследие XX века. – М.: URSS, 2002. – 228с.
3. Зильберт Б.А. Спортивный дискурс: базовые понятия и категории; исследовательские задачи // Язык, сознание, коммуникация. 2001. № 17. С. 45-55.
4. The New York Times. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.nytimes.com/> [Дата обращения - 10 октября 2022].
5. The Guardian. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.theguardian.com/uk> [Дата обращения –10 октября 2022].
6. The Olympics [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://olympics.com/en/> [Дата обращения –10 октября 2022].

5.9.9. – МЕДИАКОММУНИКАЦИИ И ЖУРНАЛИСТИКА (ФИЛОЛОГИЧЕСКИЕ)

5.9.9.

Фердоус МСТ Афроза

Московский университет имени А.С. Грибоедова,
факультет журналистики,
кафедра журналистики, медиакоммуникаций и рекламы,
afrozaferdous1981@gmail.com

**КОНВЕРГЕНЦИЯ РЕКЛАМНОГО И ЖУРНАЛИСТСКОГО ТЕКСТА
В МЕЖДУНАРОДНОМ ЖЕНСКОМ ЖУРНАЛЕ
(НА ПРИМЕРЕ ЖУРНАЛА HARPER'S VAZAAR)**

В статье рассматривается вопрос конвергенции рекламных и журналистских форм и жанров на примере глянцевого женского журнала Harper's Bazaar. Выделены основные черты интегрирования рекламного текста в журналистский, показана специфика глянцевого журнала как медиапродукта и его характерные черты, связанные с встраиванием рекламного дискурса в информационный.

Ключевые слова: Журнал, глянцевый журнал, конвергенция, реклама.

Глянцевые журналы для женщин в структуре своего издания размещают рекламу товаров и услуг сегмента люкс в характерных рекламных жанрах и формах. Благодаря широкому применению интеграционных техник редакционного и рекламного контента, такие издания пользуются определенной популярностью у читательской аудитории и рекламодателей.

С момента активизации рыночных отношений на отечественном медиарынке, реклама является неотъемлемой частью любого современного медиапродукта, а в журналах для женщин – в особенности. С приходом зарубежных рекламодателей и появлением отечественных рекламодателей на российском рынке глянцевые издания как рекламоносители предоставили уникальные возможности размещения и сегодня являются достаточно востребованными определенными сегментами рекламодателей.

Рекламу в контенте СМИ, ориентированных на женщин, следует рассматривать всесторонне т.е. как источник финансирования и как составляющую содержания; ее отличительной чертой является высокая степень вписанности в содержание медиапродукта. В силу очевидного слияния рекламного и редакционного контента необходимо исследовать особенности и специфические аспекты рекламы, которая воспринималась бы хорошо читателями, так как доля рекламных размещений в журналах для женщин велика – как минимум 40% от всего объема издания, иногда и больше. Реклама должно быть хорошо вписана в контент журнала, чтобы не раздражать и не отпугивать читателя.

Развитие рыночных отношений в России послужило фактором ускорения процесса распространения массовой прессы. Многие отечественные издания, перешедшие в новый тип экономики, смогли успешно встроиться и адаптироваться в сложившихся рыночных условиях. С самого начала XXI века – российский медиарынок переживал процесс все большей концентрации СМИ, динамично стали образовываться крупные медиахолдинги, в сферу деятельности которых входили производство продуктов различных СМИ. Таким образом, на современном российском рынке журналов сформировались медиакомпании с различными бизнес-моделями, сконцентрированные в разного рода предприятия по различному типу собственности.

Так же, как и в странах Европы и США, печатные СМИ в этот период в России ориентируются на разные читательские аудитории и стремятся удовлетворить их запросы. Для женщин одним из популярнейших видов печатных СМИ стремительно становится журнал.

Одной из основных целей печатной периодики для женщин становится оказание содействия женщине в социальной и бытовой сферах жизни, но список этим не ограничивается. Издатели, учитывая социальные тенденции общества, стремились к отражению в содержании изданий для женщин их основных ценностей и их предпочтений. В таких изданиях возводились новые женские идеалы всех аспектов современной жизни – таких, как вопросы личной и семейной жизни, вопросы красоты и прочее. И женщины, в свою очередь, как особый класс, становятся все требовательнее к содержанию СМИ.

Столь динамичное развитие журнального рынка в современной России связано с проникновением зарубежных медиахолдингов и корпораций, которые привнесли в отечественные СМИ богатый опыт и технологии продвижения журнальной продукции, что и привело к распространению западной модели женского журнала. Журналы, ориентированные на женскую аудиторию, существуют благодаря двум источникам финансирования: продаже и рекламе. Продажа номеров издания может реализовываться через подписку или в розницу. Таким образом, основными участниками журнального рынка являются: читательская аудитория, рекламодатели и издательства. Нередко между журналом и рекламодателем выступают рекламные агентства. Однако прямые продажи рекламы издательствами занимают лидирующее место, в силу сложившихся традиций структуры издательских домов, а именно продажи через специализированные подразделения – рекламные отделы.

Роль и место рекламы в современных журналах остаются не до конца изученными на сегодняшний день. Тем не менее, реклама в журналах стала полноценной составляющей средств массовой информации, хоть и не все исследователи готовы признать ее таковой. Щепилова Г.Г. при рассмотрении рекламы в СМИ говорит о двойственности функций рекламы: как о полноценной составляющей содержания продукта СМИ, так и об источнике финансирования, который позволяет изданиям сохранять и поддерживать некоторую независимость и креативность в издательской политике при создании определенного контента. Перед редакторами журналов для женщин встает задача, которая, нужно отметить, успешно решается, создания уникального контента для читательской аудитории, где реклама товаров и услуг выступает структурной единицей журнала и не вызывает фрагментарного восприятия предоставленного материала. При этом современные издатели журналов используют различные модели и формы размещения рекламы, сближенной с другими видами контента с учетом специфики и профиля издаваемого журнального продукта. В связи с этим, как утверждает Щепилова Г.Г., признается роль СМИ как канала распространения рекламы, и СМИ помогают представлять информацию о рынке и рыночных предложениях [3, 333 – 334].

Таким образом, вся современная индустрия СМИ в значительной степени зависит от индустриального производства, с одной стороны, и от таланта и креативности создателей медиаконтента – с другой [1, 44]. Коммерческая успешность, достигаемая в результате производства востребованного контента и ориентированность на именно коммерческую реализацию произведенного продукта, достигаемая при выбранной бизнес-модели СМИ – определяющая характеристика современных журналов для женщин на современном медиа рынке [1, 23 – 57].

Журналы, охватывающие широкую или узкую область интересов и предназначенные для рядового читателя, в отличие от отраслевых журналов, исследователями определяются как потребительские (consumer magazines) [2, 66]. Потребительские журналы отличаются иллюстрированной, доступной формой изложения материалов, круг обсуждаемых тем и вопросов, обусловлены интересом аудитории к текущим тенденциям, признанным аудиторией как актуальные.

Содержательное наполнение журнала для женщин имеет прямую связь с заявленной позицией издания. Позиционирование данного журнала отражается в слогане: **Harper's Bazaar – Мода без правил!**, что делает журнал изданием для женщин, посвященным моде. Однако, издательская команда, помимо моды, публикует обзорные статьи, интервью со

знаменитостями или «лидерами мнений», привлекает востребованных специалистов в той или иной сфере как корреспондентов, способных дать читателю советы или востребованную информацию в области моды, красоты, здоровья и много другого. Часто публикуемые материалы воспринимаются читателями как редакционные или журналистские, и реже как рекламные. Степень конвергенции рекламы с технологиями подачи информации журнальными изданиями на сегодняшний день позволяет издателям добиться целостного восприятия материала, тем самым читатель может и не распознавать рекламный материал, воспринимая его как обычный для журнального издания контент. Как правило, в модных глянцевых изданиях доля рекламных размещений, посвященных одежде и аксессуарам намного выше по сравнению с долей рекламы, посвященной другим товарам.

Все рекламные жанры, насколько их палитра ни была бы широка, все-таки следует относить к жанрам, нацеленным на осуществление желаемого действия – продать рекламируемый товар, услугу, доброе имя фирмы, информацию о событии и многое другое, – императивным жанрам. Такое явление обосновано привело к изменениям типологических особенностей – развитие жанровых техник и развитие арсенала оформительских приемов содержания медиапродукта. Таким образом, оставаясь императивными по своей природе, рекламные жанры используют элементы как оценочных, так и информационных жанров, не только информируя потребителя о присутствии определенного продукта на рынке, но и, описывая его положительные качества и особенности, что, собственно, и должно повлиять на сознание и сподвигнуть его на приобретение товара или услуги без фрагментарного или негативного восприятия содержания журнала. В случае целостного восприятия не наступает отторжения отдельных составляющих медиапродукта – что, соответственно, является целью творческого труда редакторов и специалистов, вовлеченных в процесс создания каждого номера медиапродукта. Для качественного выполнения оформительских задач и предоставления площади для рекламного размещения высокого уровня креативного исполнения редакция из номера в номер добивается высочайшего уровня согласования основного контента с контентом рекламы. Глянцевые СМИ являются крайне благодарными каналами распространения рекламы, а реклама в них является полноценной составляющей в структуре издания, превращая текст в креолизированный и формируя тенденцию к конвергенции жанров и форм современного журналистского дискурса.

Список литературы

1. Основы медиабизнеса. – под ред. Е.Л. Варгановой. – М.: Аспект Пресс, 2014.
2. Тоффлер Б.Э., Имбер Дж. Словарь маркетинговых терминов. – М., 2000.
3. Щепилова Г.Г. Реклама в СМИ.: История, технологии, классификация. М.: Издательство Московского университета, 2010.

5.9.9.

М.С. Штейман канд. филол. наук

Елецкий государственный университет им. И.А. Бунина,
Кафедра литературоведения и журналистики,
Елец, shteiman.marina@mail.ru

НОВЫЕ МЕДИА ФОРМАТЫ В ИНФОРМАЦИОННОМ ПРОСТРАНСТВЕ ЛИПЕЦКОЙ ОБЛАСТИ

В статье рассматриваются вопросы развития и функционирования новых медиа на современном этапе. Акцент сделан на медиаконтент, создаваемый в конвергентных редакциях. Подчеркивается мысль, что новые ИКТ подвергли существенной трансформации традиционные СМИ, оказав влияние не только на типологию, но и на формы их существования.

Ключевые слова: *медиа-ландшафт, мессенджеры, социальные сети, телеграм-канал, аудитория, SMM-специалист.*

Сегодня социальные платформы стремительно захватывают медиaprостранство и вытесняют из него не только печатные издания, радио и телевидение, но и информационные интернет-сайты. Как отмечает Д. Коноплев, новые медиа и каналы коммуникации «меняют структуру медиапотребления и перераспределяют аудиторное влияние в пользу более технологичных платформ» [1, с. 158]. Классические СМИ еще продолжают привлекать аудиторию из новых медиа на свои основные площадки, размещая активные ссылки, при этом более продуктивно начинают использовать популярные социальные сети и мессенджеры, как самостоятельные источники информации.

В медиа-ландшафте Липецкой области стоит обратить особое внимание на работу современных актуальных средств трансляции информации – мессенджеров. Рост использования этих платформ для распространения новостей связан с тем, что аудитория ищет более приватные пространства для коммуникации, а потому сообщениям в «личке», которые «персонально» приходят каждому человеку, больше доверия. Тройка самых популярных мессенджеров у жителей региона в 2022 году выглядит так: «Ватсап», «Вайбер», «Телеграм». Первый принадлежит американской компании «Фейсбук». Очень прост и функционален, но не пригоден для массового распространения контента из-за ограниченного количества участников одного чата – 256 человек. Разработчики мессенджера «Вайбер», который теперь принадлежит японскому миллиардеру, постоянно внедряют новые функции – стикеры, публичные чаты. Возможно, именно эта тяга к усложнениям отпугнула традиционные СМИ Липецкой области от данной платформы. В регионе сейчас действует всего один крупный канал – «Липецкая область», у которого более 8 000 подписчиков. Он был создан в апреле 2020 года для информирования населения о ситуации с новой коронавирусной инфекцией: в нем ежедневно публиковалась covid-сводка и добавлялось несколько актуальных новостей, фотографии и видеоролики. Ссылки для перехода на сторонние сайты не размещались.

Главной площадкой распространения информации для традиционных медиа в Липецкой области стал мессенджер «Телеграм» российского бизнесмена Павла Дурова. Практически весь контент, представленный в телеграм-каналах, является дублированием информационных сообщений базовых медиа с едва заметной попыткой адаптации через эмодзи-символы, дробление информации на большее количество абзацев и простое сокращение заметок. Характерный способ подачи информации представляет собой размещение в телеграм-канале текстового сообщения, тематической иллюстрации со ссылкой на материал, который расположен на ресурсе базового медиа. Часто контент и

изображения практически не адаптируются под версии мессенджера, работающие на стационарных компьютерах. Так, «ЛипецкМедиа» размещает вертикальные изображения в постах, которые рвут целостность ленты и нарушают логику восприятия.

Позитивным можно считать опыт телеграм-канала телерадиокомпании «Липецкое время». Здесь нередко можно встретить контент, адаптированный под социальные сети - видеосюжеты и фотографии – без ссылок на основное СМИ. Поскольку аудитория неохотно покидает социальные сети для получения или поиска дополнительной информации, здесь работает сформулированный журналистами-практиками принцип «где аудитория – там и мы». Однако только телеграм-канал «Вести-Липецк» можно считать относительно успешным продуктом группы интернет-вещания: при небольшом количестве подписчиков некоторые сообщения набирают значительно больше просмотров, чем у коллег. Самые удачные публикации собирают аудиторию в десять раз превышающую количество подписчиков канала. Это можно объяснить грамотным подходом к выбору тем для публикаций и редакционной политикой «один день – одно сообщение». В частности, новость под заголовком «В Липецке начался суд над директором управляшки из-за 12 миллионов» (vesti-lipetsk.ru/novosti/obshestvo/v-lipecke-nachalsya-sud-nad-direktorom-upravlyashki-iz-za-12-millionov/), размещенная на сайте телерадиокомпании, и публикация «В Липецке начался суд над директором управляшки из-за 12 миллионов» (t.me/vestilipetsk/1399) не отличается даже заголовком, но при этом из-за резонансности уголовного дела собрала около 4 000 просмотров в канале «Телеграм». Следует подчеркнуть, что основная масса материалов в телеграм-канале «Вести-Липецк» собирает около 350 просмотров. При этом с некоторой периодичностью отдельные заметки «выстреливают», хотя темы и подача принципиально не отличаются от основной массы публикаций. Можно предположить, что такие «успешные материалы» продвигаются SMM-специалистами с использованием дополнительных ресурсов, например, через репосты материалов в более крупных каналах.

В свете предмета нашего исследования не будет лишним обратить внимание на функционирование каналов в «Телеграм», не связанных напрямую с редакциями традиционных СМИ. Обзор основных игроков поможет понять тематику публикаций, способы подачи информации и увидеть вовлеченность аудитории. Официальный канал администрации региона «Липецкая область» (t.me/lipobl), в котором четко указано, что он создан и ведется пресс-службой администрации Липецкой области, то есть осознанно подчеркивается прямая связь с органом государственной власти. При заранее ожидаемом формализме и косноязычии канал обращает на себя внимание современной подачей текстов, подготовленных именно для этой площадки, ярким иллюстрационным материалом — коллажи, фото, инфографика — и достаточно высокой вовлеченностью подписчиков в потребление контента: в среднем 1 500 просмотров на публикацию при 2 800 подписчиках. При этом стоит отметить нерегулярность появления контента, которую можно объяснить либо отсутствием системности обслуживания канала специалистами, либо тщательным отбором информационных поводов, которые, по мнению авторов, способны привлечь аудиторию.

Одним из старейших по времени существования в Липецкой области можно считать телеграм-канал «Чернозём». Это крайне политизированный ресурс со значительным количеством авторских публикаций на злободневные темы с откровенно негативным отношением к политической элите региона. Данная тенденция проявляется, как в материалах, размещенных от имени канала, так и в подборке фактов из открытых источников, которые демонстрируют не самые успешные факты из жизни Липецкой области. К примеру, в публикации «Худший среди худших» (t.me/blackzemye/11100) приведены следующие оценки и факты: «Многие считают, что Липецк — это грязный город. Но когда мы смотрим статистические показатели, то это не так. Экология у нас средняя, как в Центральном федеральном округе», — цитирует канал губернатора Липецкой области Игоря Артамонова. И тут же приводится контраргумент: «Правительство России включило Липецк в число 12 промышленных городов в федеральную программу «Чистый воздух». Далее

звучит вопрос: «Власти страны, в отличие от губернатора, пользуются иной статистикой?». Тенденциозное освещение политической жизни региона отмечается и в подборе фактуры для публикации, под которой нет позиции автора, — например, инфографика с рейтингом глав регионов по доле негативных упоминаний в контексте экологии, где Игорь Артамонов идет на первой строчке (59,29%) (t.me/blackzemye/11101). Похожим образом подобрана информация в материале «Четвертый после Кадырова» (t.me/blackzemye/11094) в рейтинге «Десять богатейших глав регионов»: «С доходом почти 6 млн. в месяц он стал четвертым в списке богатейших губернаторов России», — сообщается в заметке. Характерной особенностью канала является, помимо публицистического стиля подачи авторской информации, большое количество репостов из других каналов. Материалы подбираются преимущественно критического содержания или нейтральные, но напрямую связанные с регионом.

Еще один представитель телеграм-пространства Липецкой области канал «Липтаун» (t.me/liptown) с описанием: «В нашей бутылочке LipTown понамешано всего по чуть-чуть. Новости Липецка Кадровые перестановки Липецка Инсайды Липецка». Канал, напрямую не аффилированный ни с политическими интересантами, ни с экономическими игроками региона, имеет довольно большое количество подписчиков – более 4 000 человек. Секрет успеха в уникальной для региона подаче информации: короткие ироничные авторские тексты, иногда просто реплики, сопровождающие репосты других ресурсов, использование мемов-иллюстраций, которые понятны аудитории, потребляющей контент именно в социальных сетях и мессенджерах. Для примера приведем одну из рейтинговых заметок канала о драке под окнами администрации города Ельца «Вчерашнее избиение под окнами администрации могло быть криминальной разборкой» (t.me/liptown/306). Здесь использованы общедоступные видео и компетентный комментарий-мнение о ситуации от отставного сотрудника силовых структур. Это сопровождается ироничным замечанием в отношении полицейского, который не вмешался в процесс избиения одного из участников потасовки. «А проверка и правда не помешала бы: на видео, помимо избиения, запечатлён коп, который стоит и как бы до последнего не реагирует на этот адок. Ну и администрация рядом. Все тут хорошо».

Подчеркнем, что опыт и профессиональные подходы к работе с информацией журналистов или SMM-специалистов традиционных медиа не всегда соответствуют запросам аудитории новых медиаплощадок. Стоит признать, что работа в новых медиа требует полного погружения не только в тему сообщения, но и в предпочтения потребителей. Причем тренды меняются настолько быстро, в том числе и технологические, что поддержка высокого уровня деятельности SMM-специалиста невозможна без постоянного освоения новых знаний, умений и навыков.

Список литературы

1. Как новые медиа изменили журналистику / под ред. С. Балмаевой, М. Лукиной. – Екатеринбург: Гуманитарный университет. - 2016. – 304 с.
2. *Калмыков А.А.* Конвергенция – возможность универсального журнализма в рамках профессиональной идентичности / А.А. Калмыков // Вестн. электронных и печатных СМИ. – 2011. – № 16. – С. 29–43.
3. *Коноплев Д.Э.* Современные медиасистемы: кризис традиционных СМИ / Д.Э. Коноплев // Знак: проблемное поле медиаобразования. – 2020. – № 1 (35). – С. 158–162.
4. Сайт управления информационной политики Липецкой области. - Режим доступа: <https://www.admlr.lipetsk.ru>.

АННОТАЦИИ

С.Ф. Желобцова, С.Н. Барашкова

ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ КУЛЬТУРНО-БЫТОВОЙ ДЕТАЛИ
В ПОЭТИКЕ ЖЕНСКОЙ ПРОЗЫ (НА МАТЕРИАЛЕ
ЯКУТСКОГО И КОРЕЙСКОГО РОМАНА)*Ключевые слова: Арктика, Южная Корея, Ариадна Борисова,
Ли Хён Су, этнопоэтика, культурно-бытовая деталь.**Анализ поэтики произведений выявляет ментальную связь ярких литературных характеров с реалиями народной жизни, создавая аутентичную картину Арктики и юго-восточной Азии. Изучение функционирования культурно-бытовой детали в тексте романов позволяют многогранно раскрыть эстетические и этнографические особенности якутов и корейцев.*

В.Н. Лим

ФУНКЦИИ ИРОНИИ В РАССКАЗЕ ХЁН ДЖИНГОНА
«УДАЧНЫЙ ДЕНЬ»*Ключевые слова: Ирония, стилистический прием,
авторская ирония, ирония от персонажа,
эмоционально-оценочное отношение.**В статье рассмотрены функции иронии в рассказе корейского писателя Хён Джингона «Удачный день». Выясняется, что в этом произведении ирония выполняет – композиционную функцию. В основе композиции рассказа ирония образует семантико-стилистический стержень, вокруг которого организовано все содержание.*

З.В. Маньковская

«ВОДНОСТЬ» ИНФОРМИРУЮЩИХ ИНТЕРНЕТ-ТЕКСТОВ
И ПРИНЦИПЫ ПРАГМАТИКИ*Ключевые слова: водность текста,
языковая избыточность, принципы прагматики,
правка-переделка, компрессионные стратегии.**В статье проводится анализ подхода к интерпретации понятия «водность» и оценке процента «водности» в интернет текстах. Предлагается альтернативная модель снижения избыточности интернет-текста за счет привлечения и учета объяснительного потенциала принципов текстовой прагматики британского филолога Джеффри Лича.*

О.М. Тимофеева, А.С. Сидоренко

ДИАХРОНИЧЕСКИЙ АСПЕКТ ИЗУЧЕНИЯ АНГЛИЙСКОЙ
ПУНКТУАЦИИ (НА МАТЕРИАЛЕ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ
ПРОИЗВЕДЕНИЙ XIV И XX- XXI ВЕКОВ)*Ключевые слова: диахрония, английская пунктуация,
функции знаков препинания, просодико-пунктуационное
оформление художественного текста.**В статье система английской пунктуации рассматривается в аспекте диахронии. Особое внимание уделяется функциям и просодии знаков препинания вертикальной сегментации и горизонтальной стратификации английской речи. Представлены результаты сопоставительного анализа особенностей просодико-пунктуационного оформления художественных произведений, относящихся к различным временным отрезкам.*

Р.К. Ахметгареева

НОВЫЕ ПОДХОДЫ К ПРОБЛЕМЕ АКТИВИЗАЦИИ
ПРОЦЕССА ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ
С ТВОРЧЕСКИМ СТИЛЕМ МЫШЛЕНИЯ*Ключевые слова: творческий потенциал, компетенции
коммерциализации, задачный подход, образовательный процесс.
В статье рассматриваются вопросы активизации процесса подготовки специалистов с творческим стилем мышления. Отмечается, что не хватает компетенций коммерциализации результатов научно-технической деятельности. В условиях нового «железного занавеса» со стороны коллективного запада важно научить выпускника вуза самостоятельно добывать востребованную временем информацию. Остро востребован специалист с творческим стилем мышления.*

S.F. Zhelobtsova, S.N. Barashkova

THE FUNCTIONING OF CULTURAL AND HOUSEHOLD
DETAILS IN THE POETICS OF WOMEN'S PROSE (BASED
ON THE YAKUT AND KOREAN NOVEL)*Keywords: Arctic, South Korea, Ariadna Borisova,
Lee Hyun-soo, ethno-poetics, cultural and household details.**An analysis of the poetics of the works revealed the mental connection of bright literary characters with the realities of folk life, creating an authentic picture of the Arctic and Southeast Asia. The study of the functioning of the cultural and everyday details in the text of the novels made it possible to reveal the aesthetic and ethnographic features of the Yakuts and Koreans in many ways.*

V.N. Lim

THE FUNCTION OF IRONY
IN HYUN JINGON'S STORY "A GOOD DAY"*Keywords: Irony, stylistic device, author's irony,
irony from the character, emotional and evaluative attitude.**The article examines the functions of irony in the story of the Korean writer Hyun Jingon "A good day". It turns out that in this work irony performs a compositional function. At the heart of the composition of the story, irony forms a semantic and stylistic core around which all the content is organized.*

Z.V. Mankovskaya

IRRELEVANCE IN INFORMATIVE INTERNET-TEXTS
AND PRINCIPLES OF PRAGMATICS*Keywords: irrelevance, text redundancy, Principles of
Pragmatics, edit-rework, compression strategies.**The article looks at the wide-spread approach of interpreting the concept of irrelevance in internet-texts and estimating its percentage ratio. An alternative model of reducing text-redundancy is proposed. The explanatory potential of G. Leech's Principles of Pragmatics is used.*

O.M. Timofeyeva, A.S. Sidorenko

DIACHRONIC ASPECT OF ANALYSING ENGLISH
PUKTUATION (BASED ON THE XIV AND XX- XXI
CENTURIES LITERARY TEXTS)*Keywords: diachrony, English punctuation system, functions of
punctuation marks, prosody and punctuation of a literary text
The article deals with the problem of English punctuation viewed through the prism of diachrony. Special attention is given to the functions and prosodic features of punctuation marks for vertical segmentation and horizontal stratification of speech. The comparative analysis results of the prosodic-punctuational complexes used in the analyzed literary texts are presented.*

R.K. Akhmetgareeva

NEW APPROACHES TO THE PROBLEM OF ENHANCING
THE TRAINING OF SPECIALISTS WITH A CREATIVE
WAY OF THINKING*Keywords: creativity, commercialisation competence,
task-based approach, educational process.
The article deals with the issues of intensifying the process of training specialists with a creative thinking style. It is noted that there is a lack of competences in commercialization of the results of scientific and technological activities. Under the conditions of the new "iron curtain" from the collective West, it is important to teach university graduates to independently obtain the information demanded by the time. A specialist with a creative thinking style is in high demand.*

Н.В. Возмищева, О.В. Ельцова,
А.Р. Исламова, Г.Е. Поторочина, М.Н. Смирнова
СОВРЕМЕННЫЕ СОЦИАЛЬНЫЕ И ПОЛИТИЧЕСКИЕ
ПРОЦЕССЫ В СТРАНАХ ЗАПАДНОЙ ЕВРОПЫ,
ОТРАЖЕННЫЕ В ЯЗЫКЕ (НА ПРИМЕРАХ АНГЛИЙСКОГО,
НЕМЕЦКОГО И ФРАНЦУЗСКОГО ЯЗЫКОВ)

Ключевые слова: неологизмы, сферы функционирования неологизмов, социальные процессы, слияние слов и частей слов, экспансия англоязычных заимствований.

В работе представлены результаты изучения неологизмов, появившихся в ряде европейских языков в связи с глобальными социальными, экономическими и политическими процессами. Авторами описываются наиболее частотные сферы возникновения неологизмов, рассматриваются способы их образования. Подчеркивается важность изучения неологизмов каждого конкретного временного периода, поскольку любое пришедшее в язык слово так или иначе хранит сведения об истории, культуре, общественных взглядах и ценностях того или иного этноса в конкретный период времени.

N.V. Vozmishcheva, O.V. Eltsova,
A.R. Islamova, G.E. Potorochina, M.N. Smirnova
CONTEMPORARY SOCIAL AND POLITICAL PROCESSES
REFLECTED IN LANGUAGE (ON THE BASIS
OF THE ENGLISH, GERMAN AND FRENCH LANGUAGES)

Keywords: neologisms, neologisms' fields of usage, social processes, merging words and parts of words, English lexical borrowings expansion

This article represents the results of research studying neologisms appeared in some European languages and connected with global social, economic and political processes. The authors describe the most popular neologisms' fields of usage, ponder over the ways of word-building. The importance of neologisms belonging to concrete periods of time studies is highlighted. The problem is essential because any word, that appears in the language, keeps the nation's historical, cultural, axiological information and social outlooks at a certain period of time.

М.О. Жердева

ЛОЖНЫЕ ДРУЗЬЯ ПЕРЕВОДЧИКА ИЛИ МЕЖЪЯЗЫКОВЫЕ
ПАРОНИМЫ В АНГЛИЙСКОМ И РУССКОМ ЯЗЫКАХ

Ключевые слова: ложные друзья переводчика (ЛДП), межъязыковые паронимы, язык-донор, язык-реципиент, семантическая дивергенция.

В настоящей статье рассматриваются ложные друзья переводчика (ЛДП) или межъязыковые паронимы в английском и русском языках, которые могут вызвать затруднения у студентов в понимании аутентичных текстов и при переводе таковых. Предпринимается попытка выяснить, какие факторы могли обусловить семантическую дивергенцию у таких лексем.

M.O. Zherdeva

TRANSLATOR'S FALSE FRIENDS
OR INTERLINGUAL PARONYMS IN THE ENGLISH
AND RUSSIAN LANGUAGES

Keywords: translator's false friends, interlingual paronyms, a donor language, a recipient language, semantic divergency.

This article deals with translator's false friends or interlingual paronyms in both English and Russian; these words can result in students' misunderstanding of some authentic texts and in translating them in a wrong way. The attempt of analyzing the factors which caused the semantic divergency of the above paronyms has been made.

Е.Г. Князева, Н.А. Сидорова
ЛИНГВОАКСИОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПЕРЕВОДА
ИНТЕРПРЕТАЦИИ ТЕКСТА

Ключевые слова: перевод текста, ценностные установки, текст-оригинал, текст перевода.

В статье рассматривается перевод текста как процесс передачи знаковой последовательности на другой язык/код. Авторы приходят к выводу, что опора на три критерия речесихической активности (аксиологический, психологический и лингвистический) позволяют переводчику создать сообщение на другом языке, обладающее ценностно эквивалентной природой.

E.G. Knyazeva, N.A. Sidorova
LINGUO-AXIOLOGICAL ASPECTS OF TEXT
TRANSLATION AND INTERPRETATION

Keywords: text translation, value attitudes, the original text, the translation text.

The article considers text translation as a process of transferring a sign sequence to another language/code. The author comes to the conclusion that relying on three criteria (axiological, psychological and linguistic) allows the translator to create a message in another language that has a value equivalent nature.

Е.В. Краснова, М.Ю. Масалова, К.М. Бабаян
ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ОЦЕНОЧНОЙ ЛЕКСИКИ
В АНГЛОЯЗЫЧНОМ СПОРТИВНОМ ДИСКУРСЕ
(НА МАТЕРИАЛЕ ЛЕКСИКИ КОННОГО СПОРТА)

Ключевые слова: оценочный компонент, смысловое ядро, спортивный дискурс, лексика конного спорта.

В статье рассматриваются особенности употребления оценочного компонента лексических единиц в англоязычном спортивном дискурсе. Особое внимание уделяется распределению оценочной лексики на группы по характеру проявления оценочности. Использование оценочной лексики совместно со спортивной терминологией приводит к особому восприятию содержания последующей информации в тексте и более эффективному воздействию ее на сознание реципиента. Целью исследования является анализ оценочных единиц спортивного дискурса и специфика проявления оценочности в текстах, посвященных конному спорту.

E.V. Krasnova, M.Y. Masalova, K.M. Babayan
FUNCTIONING OF EVALUATIVE VOCABULARY
IN ENGLISH-LANGUAGE SPORTS DISCOURSE (BASED
ON THE VOCABULARY OF EQUESTRIAN SPORTS)

Keywords: evaluative component, semantic core, sports discourse, equestrian sports vocabulary.

The article discusses the features of the use of the evaluative component of lexical units in the English-language sports discourse. Particular attention is paid to the distribution of evaluative vocabulary into groups according to the nature of the manifestation of evaluativeness. The use of evaluation vocabulary together with sports terminology leads to a special perception of the content of subsequent information in the text and its more effective impact on the recipient's consciousness. The purpose of the study is to analyze the evaluation units of sports discourse and the specifics of the manifestation of evaluation in texts devoted to equestrian sports.

Фердоус МСТ Афроза
КОНВЕРГЕНЦИЯ РЕКЛАМНОГО И ЖУРНАЛИСТСКОГО
ТЕКСТА В МЕЖДУНАРОДНОМ ЖЕНСКОМ ЖУРНАЛЕ (НА
ПРИМЕРЕ ЖУРНАЛА HARPER'S BAZAAR)

Ключевые слова: Журнал, гляцевый журнал,
конвергенция, реклама.

В статье рассматривается вопрос конвергенции рекламных и журналистских форм и жанров на примере гляцевого женского журнала Harper's Bazaar. Выделены основные черты интегрирования рекламного текста в журналистский, показана специфика гляцевого журнала как медиaproдукта и его характерные черты, связанные с встраиванием рекламного дискурса в информационный.

М.С. Штейман
НОВЫЕ МЕДИА ФОРМАТЫ В ИНФОРМАЦИОННОМ
ПРОСТРАНСТВЕ ЛИПЕЦКОЙ ОБЛАСТИ

Ключевые слова: медиаландшафт, мессенджеры, социальные
сети, телеграм-канал, аудитория, SMM-специалист.

В статье рассматриваются вопросы развития и функционирования новых медиа на современном этапе. Акцент сделан на медиаконтент, создаваемый в конвергентных редакциях. Подчеркивается мысль, что новые ИКТ подвергли существенной трансформации традиционные СМИ, оказав влияние не только на типологию, но и на формы их существования.

Ferdous MST Afroza
CONVERGENCE OF ADVERTISING AND JOURNALISTIC
TEXT IN THE INTERNATIONAL WOMEN'S MAGAZINE
(ON THE EXAMPLE OF HARPER'S BAZAAR MAGAZINE)

Keywords: Magazine, glossy magazine, convergence, advertising.
The article deals with the issue of convergence of advertising and journalistic forms and genres on the example of the glossy women's magazine Harper's Bazaar. The main features of the integration of advertising text into journalistic text are highlighted, the specifics of a glossy magazine as a media product and its characteristic features associated with the integration of advertising discourse into informational discourse are shown.

M.S. Shteyman
NEW MEDIA FORMATS IN THE INFORMATION SPACE
OF THE LIPETSK REGION

Keywords: media landscape, instant messengers,
social networks, telegram channel, audience, SMM specialist.
The article deals with the development and functioning of new media at the present stage. The emphasis is on media content created in converged editions. The idea is emphasized that the new ICTs have subjected the traditional media to a significant transformation, influencing not only the typology, but also the forms of their existence.

Публичный лицензионный договор-оферта

Редакция журнала «Казанская наука» предлагает Вам присылать свои статьи для публикации на страницах журнала, а также на сайте Научной электронной библиотеки (НЭБ). Предоставление Автором своего произведения является полным и безоговорочным акцептом, т.е. данный договор считается заключенным с соблюдением письменной формы. Присылая для публикации произведение, Автор также предоставляет Редакции журнала права на использование произведения и гарантирует, что он обладает достаточным объемом прав на передаваемое произведение. Также Автор предоставляет редакции журнала право переуступить на договорных условиях частично или полностью полученные по настоящему Договору права третьим лицам без выплаты Автору вознаграждения. Все авторские права регулируются в соответствии с действующим законодательством России.

Договор публичной оферты по обработке персональных данных

В процессе осуществления выпуска журнала «Казанская наука» ООО «Рашин Сайнс» осуществляется обработка персональных данных, предоставленных авторами статей в рамках сообщения своих регистрационных данных для осуществления публикации в журнале (имя, фамилия, отчество, адрес автора, контактный телефон и e-mail приводятся в регистрационной форме, заполняемой авторами при отправке статьи в журнал). Обработка осуществляется редакцией журнала для целей надлежащей отправки журнала автору и возможности связи с автором лиц, заинтересованных в результатах труда автора статьи. Под обработкой персональных данных в контексте настоящего согласия понимаются действия редакции по сбору, систематизации, накоплению, хранению, использованию, распространению, уничтожению персональных данных, а также действия по их дальнейшей обработке с помощью автоматизированных систем управления базами данных, и иных программных средств, используемых редакцией журнала. Настоящее согласие автора на обработку персональных данных является бессрочным и может быть отозвано в любой момент путем отказа автора от получения журнала и дальнейшей обработки его персональных данных.

НАУЧНОЕ ИЗДАНИЕ

КАЗАНСКАЯ НАУКА

№2 2023

www.kazanscience.ru

Реестровая запись от 08.05.2019 серия ПИ № ФС 77 - 75730

Подписано в печать 15.03.2023 Формат А4. Печать цифровая.

Дата выхода в свет 15.03.2023

3,4 усл.печ.л. 4,1 уч.изд.л. Тираж 500 экз. Заказ 5410.

Учредитель: ООО "Рашин Сайнс":

420111, г. Казань, ул. Университетская, 22, помещение 23.

Адрес редакции, издательства, типографии – ООО "Рашин Сайнс":

420111, г. Казань, ул. Университетская, 22, помещение 23.

Цена - договорная

© Рашин Сайнс

тел.(843) 216-30-35

Отпечатано с готового оригинал-макета

ООО «Рашин Сайнс»