

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ТГПУ)



**ВСЕРОССИЙСКИЙ ФЕСТИВАЛЬ НАУКИ НАУКА 0+
XXIII МЕЖДУНАРОДНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ
СТУДЕНТОВ, АСПИРАНТОВ И МОЛОДЫХ УЧЕНЫХ
«НАУКА И ОБРАЗОВАНИЕ»**

22–26 апреля 2019 г.

**Том II
Филология**

**Часть 3
Актуальные проблемы лингвистики
и методики преподавания иностранных языков**

Томск 2020

ББК 74.58

В 65

- В 65 Всероссийский фестиваль науки НАУКА 0+. XXIII Международная конференция студентов, аспирантов и молодых ученых «Наука и образование» (г. Томск, 22–26 апреля 2019 г.) : В 5 т. Т. II: Филология. Ч. 3: Актуальные проблемы лингвистики и методики преподавания иностранных языков / ФГБОУ ВО «Томский государственный педагогический университет». – Томск : Изд-во Том. гос. пед. ун-та, 2020. – 172 с.

Научные редакторы:

Бабакина Т.И., канд. филол. наук, доцент

Гузеева А.В., канд. пед. наук, доцент

Дакукина Т.А., канд. пед. наук, доцент

Дубровская Н.В., канд. филол. наук, доцент

Зюбанов В.Ю., канд. пед. наук

Игна О.Н., д-р пед. наук, профессор

Карманова Ю.А., канд. филол. наук

Ким А.А., д-р филол. наук, профессор

Крицкая Н.В., канд. филол. наук, доцент

Крюкова Е.А., канд. филол. наук, доцент

Петрова Е.Б., канд. филол. наук, доцент

Полякова Н.В., канд. филол. наук, доцент

Сатеева Э.В., канд. филол. наук, доцент

Щербакова О.В., канд. филол. наук, доцент

Материалы публикуются в авторской редакции

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЛИНГВИСТИКИ И МЕТОДИКИ ПРЕПОДАВАНИЯ ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ

УДК 377.37
ГРНТИ 14.33.09

АУТЕНТИЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ НА АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ ДЛЯ СТУДЕНТОВ «ТОМСКОГО ТЕХНИКУМА ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ»

ENGLISH AUTHENTIC MATERIALS FOR “TOMSK INFORMATION TECHNOLOGY TECHNICAL SCHOOL” STUDENTS

А.Н. Анжина

Научный руководитель: В.Ю. Зюбанов, канд. пед. наук

Томский государственный педагогический университет, г. Томск, Россия

Ключевые слова: аутентичные материалы, социокультурная компетенция, студенты, техникум.

Key words: authentic materials, sociocultural competence, students, technical school.

Аннотация. Современный этап развития общества определяет основные цели и задачи языкового образования, в число которых входит социокультурный подход, который наглядно представляет процесс межкультурного взаимодействия, поскольку связан не только с понятиями общей или национальной культуры, но и с обычаями социальной сферы, стереотипами повседневной жизни. На основе существующих критериев подбора аутентичных материалов было осуществлено экспериментальное обучение по развитию социокультурной компетенции у студентов «Томского техникума информационных технологий». В статье также раскрыты понятия аутентичности и представлены критерии аутентичности учебных материалов.

Аутентичные материалы в обучении иностранному языку используются уже долгое время, однако, не учитывается их потенциал в развитии социокультурной компетенции и, следовательно, методика использования аутентичных материалов при обучении иностранному языку в средних профессиональных учебных заведениях недостаточно разработана. В ОГБПОУ «ТТИТ» был проведен эксперимент по развитию социокультурной компетенции у студентов. Экспериментальное обучение

заклучалось в работе с аутентичными материалами как на занятиях, так и самостоятельно. Областное государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение «Томский техникум информационных технологий» – одно из старейших в Томске учебных заведений среднего профессионального образования. В техникуме ведется обучение по следующим специальностям: 09.02.06 – Сетевое и системное администрирование, 09.02.07 – Информационные системы и программирование, 10.02.05 – Обеспечение информационной безопасности автоматизированных систем и по профессии 11.01.01 – Монтажник радиоэлектронной аппаратуры и приборов.

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО по специальностям (09.02.06, 09.02.07, 10.02.05) и профессии (11.01.01). Учебная дисциплина «Английский язык» относится к общему гуманитарному и социально-экономическому циклу: основной профессиональной образовательной программы. В рабочей программе ставятся следующие цели и задачи:

- понимать общий смысл четко произнесенных высказываний в пределах литературной нормы на известные темы (профессиональные и бытовые);
- понимать тексты на базовые профессиональные темы;
- участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы;
- строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности;
- кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые);
- писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы.

Иными словами, целью обучения является развитие всех компонентов и составляющих коммуникативной компетенции. Поскольку в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования целью обучения иностранному языку является формирование и развитие коммуникативной компетенции, а так же всех ее составляющих, в том числе и социокультурной компетенции, которая предполагает знание национально-культурных особенностей социального и речевого поведения носителей языка: их обычаев, этикета, социальных стереотипов, истории и культуры, а также способов использования этих знаний в процессе общения. Развитию социокультурной компетенции способствует использование аутентичных материалов, которые ярко отражают национально-культурные особенности страны изучаемого языка, то их использование способствует развитию социокультурной компетенции [1].

Существует множество разногласий касаясь проблемы аутентичных материалов, которые используются в обучении иностранным языкам. В современной зарубежной и отечественной методике термин «аутентичные материалы» практически вытеснил термин «оригинальные материалы», используемый ранее.

В методической литературе проблеме аутентичности уделяется большое внимание. Аутентичность в переводе с греческого – «подлинный, исходящий из первоисточника» [2]. Существуют различные подходы к описанию всех аспектов аутентичности. Остановимся на некоторых из них.

К.С. Кричевская дает следующее определение аутентичным материалам, как: подлинные литературные, фольклорные, изобразительные, музыкальные произведения, а также иллюстрации предметов реальной действительности, к которым относятся: одежда, мебель, посуда [3]. Помимо литературных, фольклорных, изобразительных и музыкальных произведений, Э.Г. Азимов относит к аутентичным материалам рекламу, программы радио и телевидения, объявления и определяет аутентичные материалы, как: материалы для изучающих язык, которые используются в реальной жизни страны [4]. В данной статье аутентичность будет рассматриваться согласно определению Э.Г. Азимова.

В ОГБПОУ ТТИТ обучение ведется по следующим учебникам и пособиям: В.А. Радовель «Английский язык в сфере информационных технологий»; И.П. Агабекян «Английский язык для бакалавров»; Т.А. Карпова «Английский для колледжей»; О.Л. Безкоровайная, М.П. Васильева «Все грамматические правила английского языка»; Т.Г. Безкоровайная, Н.И. Соколова, Е.А. Койранская, Г.В. Лаврик «Planet of English»; Santiago Remacha Esteras «Infotech English For Computer Users»; Virginia Evans, Jenny Dooly «Upstream» (уровни A2, A1, B2, B1).

Проанализировав рекомендуемые учебники и пособия, был сделан вывод, что в некоторых темах либо отсутствуют аутентичные материалы, либо аутентичные материалы не развивают социокультурную компетенцию. Следовательно, была проведена работа по подбору аутентичных материалов для развития социокультурной компетенции у студентов 2 курса ОГБПОУ «ТТИТ».

Для подбора аутентичных материалов для студентов были взяты за основу критерии аутентичности учебных материалов Е.В. Носовича и Р.П. Мильруда:

- культурологическая аутентичность – знакомство с культурой страны изучаемого языка, с особенностями быта и менталитета их граждан;
- информационная аутентичность – наличие новой информации, которая должна заинтересовать зрителя;
- ситуативная аутентичность – предполагает естественность ситуации, интерес носителей языка к заявленной теме, естественность ее обсуждения;

- аутентичность национальной ментальности – отражает национальную специфику той страны, для которой предназначается материал;
- реактивная аутентичность – способность материала вызвать аутентичные эмоции, мыслительный, речевой отклик. К реактивной аутентичности относятся различные средства: междометия, восклицательные предложения, риторические вопросы, усилительные конструкции;
- аутентичность оформления – в видеоматериалах это звуковой ряд: шум транспорта, разговоры прохожих, звонки телефона, без этого работа с текстом теряет свойства реальной коммуникации [5].

При этом делался уклон на социокультурную компетенцию, а именно, материалы должны содержать следующие компоненты: социокультурные знания (сведения о стране изучаемого языка, о духовных ценностях культурных традиций, знания об особенностях национальной ментальности поведения); опыт общения (выбор приемлемого стиля общения, верная трактовка явлений иноязычной культуры); личностное отношение к фактам культуры (в том числе способность преодолевать и разрешать социокультурные конфликты при общении); владение способами применения языка (правильное употребление национально-маркированных языковых единиц (к которым относится фоновая лексика, а также реалии, не существующие в одной из культур) в речи в различных сферах межкультурного общения) [6].

Материал подбирался в соответствии с критериями, рабочей программой и календарно тематическим планированием по следующим темам:

Тема 1. Социально-бытовая сфера.

- 1.1. Ударение. Основные звуки и интонаемы английского языка.
- 1.2. Внешность человека.
- 1.3. Черты характера человека. Личностные качества.

Тема 2. «Межличностные отношения».

- 2.1. Семья. Морально-этические и социальные проблемы.
- 2.2. Подростки и взрослые.
- 2.3. Мой дом. Обязанности по дому.
- 2.4. Еда. Покупки. Магазины.

Тема 3. «Здоровый образ жизни».

- 3.1. Болезни. У доктора.
- 3.2. Дети и наркомания.

Тема 4. «Природа и человек».

- 4.1. Проблемы окружающей среды.
- 4.2. Наука и экология.

Тема 5. «Система образования». «Средне-профессиональное образование».

- 5.1. Роль образования в современном становлении специалиста.
- 5.2. Система образования в Британии и США.

Тема 6. «Инфраструктура». «По столицам стран изучаемого языка».

6.1. Лондон – столица Великобритании.

6.2. Города Америки: Вашингтон, Нью-Йорк.

6.3. Англоговорящие страны: Канада. Австралия. Новая Зеландия.

Тема 7. «Национальная культура России и англоговорящих стран».

7.1. Особенности национальной культуры Британии и США.

Тема 8. «Наука и техника».

8.1. Роль математики, информатики в развитии научно-технического прогресса.

8.2. Выдающиеся учёные Британии и США.

Подобранные материалы предоставлялись студентам, как на занятиях, так и в качестве домашнего задания. Для проверки качества усвоения представленных материалов были использованы следующие методы: устный опрос, сочинение, краткий план, составление вопросов.

Для проверки эффективности аутентичных материалов при развитии социокультурной компетенции у обучающихся были взяты две группы одной специальности. С группой № 1 проводилось обучение с использованием аутентичных материалов, а с группой № 2 – нет. В итоге было проведено тестирование, которое включало все темы и подобранные аутентичные материалы.

Основываясь на точке зрения П.В. Сусоева, который выделяет в структуре социокультурной компетенции четыре составляющие: 1) социокультурные знания; 2) выбор приемлемого стиля общения; 3) личностное отношение к фактам культуры; 4) правильное употребление национально-маркированных языковых единиц в речи; был разработан тест на выявление уровня сформированности социокультурной компетенции [6]. Тест состоял из четырех субтестов, содержащие задания, направленные на: (социокультурные знания; выбор приемлемого стиля общения; личностное отношение к фактам культуры; правильное употребление национально-маркированных языковых единиц в речи).

Ниже в таблице представлены результаты сформированности социокультурной компетенции у студентов:

Группа	Компоненты социокультурной компетенции	Уровень
Группа № 2 (экспериментальная группа)	1. Социокультурные знания	67,5%
	2. Выбор приемлемого стиля общения	57,5%
	3. Личностное отношение к фактам культуры	32,5%
	4. Правильное употребление национально-маркированных языковых единиц в речи	70%
Группа № 1 (контрольная группа)	1. Социокультурные знания	75%
	2. Выбор приемлемого стиля общения	60%
	3. Личностное отношение к фактам культуры	40%
	4. Правильное употребление национально-маркированных языковых единиц в речи	70%

Характеристика уровня сформированности компонентов социокультурной компетенции:

0–50% – низкий уровень;

51–65% – средний уровень;

71–85% – высокий уровень;

86–100% – очень высокий уровень.

Данные эксперимента показали средний уровень сформированности компонентов социокультурной компетенции у обучающихся. Лучше всех с заданиями справился один студент, который всегда активно работает на уроках и дополнительно занимается английским языком. Вопросов по выполнению заданий у обучающихся не возникло. В целом, показатели уровня сформированности социокультурной компетенции выше у экспериментальной группы, группа справилась с заданиями лучше за исключением одного студента, что ведет к выводу о важности учета общего уровня знания иностранного языка среди студентов и о целесообразности учета данной компетенции на уроке иностранного языка и дальнейшем ее изучении.

Литература

1. Российское образование. Федеральный образовательный портал: учреждения, программы, стандарты, ВУЗы, тесты ЕГЭ, ГИА. [Электронный ресурс]: <http://www.edu.ru/abitur/act.86/index.php>.
2. Захаренко, Е.Н., Комарова, Л.Н., Нечаева, И.В. Новый словарь иностранных слов. [Электронный ресурс] / Е.Н. Захаренко, Л.Н. Комарова, И.В. Нечаева. – Москва: Азбуковник, 2008. – Федеральный государственный образовательный стандарт среднего (полного) общего образования [Электронный ресурс]: <http://standart.edu.ru/>.
3. Кричевская, К.С. Прагматические материалы, знакомящие учеников с культурой и средой обитания жителей страны изучаемого языка / К.С. Кричевская // Иностранные языки в школе. – 1996. – № 1. – С. 13–17.
4. Азимов, Э.Г., Щукин А.Н. Новый словарь методических терминов и понятий (теория и практика обучения языкам) / Э.Г. Азимов, А.Н. Щукин. – Москва: ИКАР, 2009. – 228 с.
5. Носович, Е.В., Мильруд, Р.П. Параметры аутентичного учебного текста / Е.В. Носович, Р.П. Мильруд // Иностранные языки в школе. – 1999. – № 1. – С. 11–18.
6. Сысоев, П.В. Язык и культура: в поисках нового направления в преподавании культуры страны изучаемого языка / П.В. Сысоев // Иностранные языки в школе, 2001. – № 4. – С. 12–18.

К ВОПРОСУ О ПРОБЛЕМАХ И ОСОБЕННОСТЯХ ОБУЧЕНИЯ ГОВОРЕНИЮ НА УРОКАХ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА В СОВРЕМЕННОЙ РОССИЙСКОЙ ШКОЛЕ

PROBLEMS AND FEATURES OF TEACHING TO SPEAK IN ENGLISH CLASSES AT MODERN RUSSIAN SCHOOLS

Е.С. Арсеньева

Научный руководитель: Т.А. Дакукина, канд. пед. наук, доцент

Томский государственный педагогический университет, г. Томск, Россия

Ключевые слова: обучение говорению, коммуникативная компетенция, современная российская школа, урок английского языка, учитель, навык устной речи.

Key words: teaching to speak, communicative competence, modern Russian school, English class, teacher, speaking skills.

Аннотация. Проблема обучения говорению на уроке английского языка является актуальной для современной российской школы. Формирование умения использовать иностранный язык в целях общения является главным требованием федерального государственного образовательного стандарта общего образования. В статье рассматриваются основные проблемы и особенности обучения говорению на английском языке на базе современной российской школы, приводятся примеры современных организационно-педагогических технологий.

Обучение английскому языку является неотъемлемым компонентом учебного процесса в современной российской школе. Сегодня английский язык является международным во всех сферах нашей жизни: позволяет обмениваться культурным опытом с другими народностями, вести торговые и политические переговоры. Главной же задачей преподавателя иностранного языка является формирование компетентной личности. В первую очередь здесь идет речь о коммуникативной компетентности ученика, под которой мы понимаем умение использовать язык в целях общения. Владеть языком значит уметь на нем общаться.

Еще не так давно выпускники российской школы выходили во взрослую жизнь с навыками чтения и письма на английском языке, в то время как говорить на нем они не могли. Даже в словосочетании «говорить по-английски» заложена важность этого навыка, мы ведь не используем фразы «читать по-английски» или «писать по-английски» в контексте владения языком. Вопрос обучения говорению не является новым в методике. Ему посвящены работы Г.В. Роговой, Е.А. Маслыко, Е.М. Верещагина, И.А. Зимней, Е.И. Пассова и другие [1, с. 134]. Но сегодня подход к обучению иностранному языку изменился, и говорению отводится первостепенная роль.

Говорение является одним из самых сложных видов деятельности для ученика на уроке английского языка. Это связано с низкой мотивацией, с проблемой психологического и языкового барьера, с проблемой недостаточного количества уделяемого времени на развитие данного навыка, с уровнем профессиональной подготовки учителя и с выбранной им методикой. Стоит отметить, что современная школа старается уделять все больше и больше внимания на решение данных вопросов. Сегодня личностно-ориентированный подход к обучению позволяет учитывать индивидуальные особенности каждого ученика, тем самым обеспечивая достижение более высоких результатов, в сравнении с методикой прошлых лет, когда методы обучения разрабатывались в расчете на некоего усредненного учащегося. Современная методика опирается не только на сведения о системе языка, но и на сведения о его функционировании, и на данные психологии. Ведь конечной целью обучения является овладение навыком речевых действий на иностранном языке.

А.А. Алхазшивили пишет, что «обучить кого-либо устной иностранной речи означает научить его включать при надобности в акты своего поведения речевые действия на иностранном языке» [2, с. 18].

Каждый человек появляется на свет с врожденной языковой способностью. Она проявляется независимо от развития интеллектуальных возможностей человека. Самый благоприятный возраст для обучения иностранному языку – до 10–12 лет. Нужно учитывать, что в этом возрасте дети легко усваивают язык не путем заучивания правил или использования речевых упражнений, а просто за счет попадания в языковую среду. Задача современного учителя создать на уроке благоприятную атмосферу для развития навыка устного общения на иностранном языке.

Коммуникативная методика предполагает, что ученик начинает говорить по-английски с первого занятия [3, с. 24], поэтому большую роль здесь играет коммуникативная компетенция самого учителя и его психолого-педагогическая подготовка.

Федеральный государственный стандарт предусматривает формирование и совершенствование иноязычной коммуникативной компетенции учащегося [4, с. 10]. Более подробные требования указаны в Примерной основной образовательной программе [5]. Так, в области диалогической речи учащимся необходимо уметь вести диалог в стандартных неофициальных ситуациях, владея нормами речевого этикета. Более способным учащимся дается возможность задавать вопросы и отвечать на них в обстоятельствах интервью. В области монологической речи школьники должны уметь рассказывать о себе, своей семье, месте проживания и стране. Им необходимо уметь описывать события с опорой на наглядность, давать краткую характеристику других людей, передавать содержание прочитанного или услышанного текста, а также фильма. Более

способные учащиеся могут научиться делать тематические сообщения, комментировать факты и выражать к ним свое отношение, кратко высказываться на заданные темы без подготовки и излагать результаты проектной деятельности [5, с. 39–40].

В требованиях государственного федерального стандарта основного общего образования есть пункт о формировании готовности и способности учащихся к саморазвитию и самообразованию [4, с. 5]. Поэтому учителю важно нейтрализовать собственный авторитет и стать собеседником, который умеет хорошо слушать. В данном случае наиболее эффективным является демократический стиль преподавания, который предполагает проявление самостоятельности и инициативы у учеников.

Возвращение устной части в программу Единого государственного экзамена (ЕГЭ) повышает значимость формирования навыка устной речи на иностранном языке, но несмотря на это основной проблемой обучения говорению и по сей день остается тот факт, что на уроке уделяется недостаточное количество времени для развития данного навыка у учеников. Пережитки традиционной методики мешают учащимся преодолеть языковой барьер. Грамматико-переводной метод напроочь укоренился в отечественной методике, и хотя от него отказываются, элементы данного метода все еще присутствуют на уроках английского языка в современной школе. Перевод с родного языка на английский и наоборот мешает ученикам свободно излагать свои мысли на иностранном языке.

Р.П. Мильруд выделяет проблему подмены коммуникативной компетенции тестовой. Сегодня на уроке английского языка преобладают задания тестового типа на знания лексики и грамматики, а также чтение и аудирование доминирует над методическими приемами обучения естественной коммуникации. Упражнения на выбор правильного ответа, установления соответствия или логической последовательности безусловно важны для развития речевого мышления учащихся, но они формируют тестовую компетенцию, а не коммуникативную [6, с. 105]. Сдача устной части единого государственного экзамена предполагает ответ ученика в строгом соответствии с формальными требованиями. При подготовке к экзамену мы видим процесс «натаскивания» под определенный формат, что говорит о важности оформления ответа, а не о его содержании. Однако, реальное повышение результатов учащихся на экзамене зависит не только от владения техникой выполнения экзаменационных заданий, а также от общего уровня развития учащихся и их коммуникативной компетенции.

В современной школе мы также сталкиваемся с проблемой аутентичности обучения речи. Это связано с организацией учебных заданий по аналогии с функционированием устного языка в реальных жизненных обстоятельствах. Перед учителем стоит серьезная задача – создание естественной ситуации общения, которая будет интересна всем, в том числе

и самому учителю. Если учащиеся заподозрят, что педагог всего лишь выполняет свои профессиональные обязанности, не проявляя никакого интереса, ситуация общения не получится естественной. Учителю важно показать свою заинтересованность, или сыграть ее.

Сегодня у учителя английского языка есть различные современные приемы и технологии для решения проблем, возникающих при обучении говорению на иностранном языке. Методический прием, по определению Р.П. Мильруда, – комплексное обучающее действие учителя, организованное в соответствии с поставленной на уроке промежуточной целью, отвечающее требованиям принципов коммуникативно-ориентированного метода обучения и позволяющее решить соответствующую задачу урока с помощью организационно-педагогических технологий. Также ученый дает определение термину организационно-педагогических технологий – это описание «шаг за шагом» процесса реализации методического приема, обеспечивающее преодоление познавательных затруднений учащихся и наиболее эффективное достижение поставленной обучающей цели [6, с.108]. Рассмотрим некоторые технологии, которые стимулируют говорение.

Дискуссия. Для дискуссии формируются группы по 3–5 человек, и им даются спорные темы для обсуждения. Каждой группе нужно предложить свое решение для заданной проблемы. Учитель должен следить, чтобы каждый участник имел возможность высказаться. Такой вид речевой деятельности способствует развитию критического мышления.

Ролевые игры. При данном виде деятельности учащиеся пробуют себя в разных социальных ролях. Учитель снабжает учеников информацией о героях, чью роль они играют.

Информационное неравенство. Учащиеся разбивают на пары. Каждый участник обладает своей информацией. Задача состоит в том, чтобы обменяться сведениями между напарниками и решить какую-то общую проблему.

Когнитивный диссонанс. Данная технология осуществляется, когда учащимся дается информация, противоречащая их картине мира. Такая ситуация вызывает бурные эмоции, которыми хочется поделиться, что стимулирует говорение.

Тенденции развития современного общества, федеральный государственный стандарт об образовании, введение устной части в программу ЕГЭ диктуют условия необходимости формирования навыка общения на английском языке у учащихся. Таким образом, обучению говорению на уроках английского языка уделяется все больше внимания со стороны современной школы, но при этом уровень владения данным навыком среди выпускников все еще остается низким. Учитель сталкивается с множеством проблем, но появляются и новые современные технологии для их решения.

Литература

1. Салтыкова, М.В. Теоретические и практические основы обучения говорению на английском языке в контексте подготовки к ЕГЭ / М.В. Салтыкова // Образование и наука: современные тренды. – 2016. – С. 133–141.
2. Алхазидзе, А.А. Основы овладения устной иностранной устной иностранной речью / А.А. Алхазидзе. – Москва: Просвещение, 1988. – 126 с.
3. Банарцева, А.В. Коммуникативный подход в обучении иностранному языку / А.В. Банарцева // Вестник Самарского государственного технического университета. Серия: Психолого-педагогические науки. – 2017. – №1. – С. 22–29.
4. Федеральный государственный образовательный стандарт основного общего образования. Утвержден приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от «17» декабря 2010 г. № 1897 (С изменениями и дополнениями от: 29 декабря 2014 г., 31 декабря 2015 г.) / СПС «Гарант».
5. Министерство образования и науки Российской Федерации / Реестр примерных основных общеобразовательных программ. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://fgosreestr.ru/registry/primernaya-osnovnaya-obrazovatel'naya-programma-osnovnogo-obshhego-obrazovaniya-3/> (дата обращения: 15.04.2019).
6. Мильруд, Р.П. Приемы и технологии обучения устной речи / Р.П. Мильруд // Язык и культура. – 2015. – №1. – С. 104–121.
7. Красилова, И.Е. Возможности моделирования учебно-речевых ситуаций для обучения говорению на английском языке в средних классах общеобразовательной школы / И.Е. Красилова, Н.А. Галавина // Вестник государственного гуманитарно-технического университета. – 2018. – С. 6–11.
8. Петухов, И.А. Методы обучения говорению на английском языке в современной методике / И.А. Петухов // Актуальные проблемы романо-германской филологии и преподавания европейских языков в школе и вузе. – 2017. – С. 180–184.

УДК 372.881

ГРНТИ 14.25.09

ЛЕКСИЧЕСКАЯ ИНТЕРФЕРЕНЦИЯ В АНГЛИЙСКОЙ РЕЧИ РУССКОЯЗЫЧНЫХ СТУДЕНТОВ

LEXICAL INTERFERENCE IN THE SPEECH OF RUSSIAN STUDENTS WHEN SPEAKING ENGLISH

И.Ю. Артюхова

Научный руководитель: Ю.А. Карманова, канд. филол. наук

Томский государственный педагогический университет, г. Томск, Россия

Ключевые слова: лексическая интерференция, взаимовлияние языков, родной язык, иностранный язык, языковой контакт.

Key words: lexical interference, interference of languages, native language, foreign language, language contact.

Аннотация. В статье рассматривается проблема лексической интерференции, вызванная расхождением лексических единиц в родном и иностранном языках. Типичные ошибки, возникающие в результате негативного влияния лексической интерференции являются следствием недостаточного знания лексических структур, а также

особенностей употребления и сочетаемости синонимов, антонимов, паронимов, омонимов. Проведенный эксперимент среди студентов подтвердил, что лексическая интерференция имеет место быть, и родной язык оказывает отрицательное влияние на иностранный.

Вопросы интерференции занимают центральное место в теории языковых контактов, в теории речевой коммуникации и практике преподавания иностранных языков, им посвящено уже немало работ как отечественных, так и зарубежных ученых. Изучением данного вопроса занимались такие ученые, как У. Вайнрайх (1972), Л.В. Щерба (1974), Е.М. Верещагин (1969), В.А. Виноградов (1990), Ю.Д. Дешериев (1972), А.Е. Карлинский (1990) и другие [1, с. 22]. Согласно У. Вайнрайху интерференция – процесс взаимодействия языковых систем в условиях двуязычия, складывающегося при языковых контактах или при освоении неродного языка, а также «отклонение от языковой нормы и системы второго языка под влиянием родного» [2, с. 122]. Необходимыми условиями для проявления интерференции являются двуязычие и языковой контакт. Местом проявления лингвистической интерференции является сам человек, осуществляющий коммуникацию на иностранном языке либо выполняющий перевод с одного языка на другой, когда он пытается компенсировать какие-то элементы, явления и функции одной языковой системы, элементами, явлениями и функциями из другой, что может привести к появлению акцента, искажению смысла и к различным отклонениям от оригинала.

Межъязыковая интерференция может появляться при устном или письменном контакте. В лингвистике существует ряд различных классификаций интерференции, который включает в себя фонологическую, синтаксическую, морфологическую, лексическую, семантическую интерференцию. Иногда классификацию сужают до трех уровней: фонетическая, грамматическая и лексическая. В своей работе «Языковые контакты» У. Вайнрайх рассматривает грамматическую интерференцию, которая включает в себя морфологию и синтаксис, лексическую и фонетическую, так как по его мнению, такая классификация очень удобна для общего описания этого явления [3, с. 95].

Лексическая интерференция представляет собой вмешательство лексики одной языковой системы в другую. Для данного вида интерференции характерно то, что явления, известные человеку в родном языке, отражаются в иностранном по-другому [3, с. 96].

К основным причинам межъязыковой лексической интерференции относят:

- 1) полное или частичное незнание денотативного, сигнификативного значения слова;

2) перенос значения с единицы родного языка на соответствующую единицу второго языка и буквальный перевод;

3) нарушение лексической сочетаемости слов [4, с. 55].

Существует ряд классификаций лексической интерференции. Согласно Меденцевой, Бархударову, Тер-Минасовой, Зубановой лексическая интерференция включает в себя 9 интерферирующих языковых явлений. Рассмотрим подробнее каждое из этих явлений.

1. Лексико-семантическая интерференция, обусловленная полисемией.

Носители русского языка, воспринимают лексему «человек» со всеми значениями как единое целое, не обращая внимание на то, что в английском языке смысл данного слова может иметь другое значение.

Проанализируем слово «человек». В словаре Ожегова находим два значения данного слова.

1) живое существо, обладающее даром мышления и речи, способностью создавать орудия и пользоваться ими в процессе общественного труда.

2) в России при крепостном праве: дворовый слуга, служитель, лакей, а позднее – официант, слуга [5, с. 753].

При переводе текста со словом *человек* во втором значении, могут употребить слово *human*, в то время как нужно сказать слово *serve*. Данная ошибка обусловлена тем, что носители русского языка считают, что слово *human* должно иметь те же значения как в русском языке слово *человек*.

Рассмотрим подобным образом слово «идти». Согласно толковому словарю русского языка данное слово имеет 11 значений.

1) передвигаться, делать шаги. Человек идет.

2) о средствах передвижения, предметах: двигаться. Автобус идет без остановок.

3) отправляться куда-нибудь, с какой-нибудь целью. Идти в поход. Идти на прогулку.

4) развиваться в каком-нибудь направлении. Идти к намеченной цели.

5) иметь то или иное направление, расположение. Дорога идет вверх.

6) течь. Кровь идет из раны.

7) о ходе времени. Время идет слишком быстро.

8) происходить. Идет разговор, спор. Работа идет хорошо.

9) о дожде, снеге, граде: падать. Идет снег, дождь.

10) исполняться, быть поставленным. В театре идет новая пьеса.

11) делать более нарядным, красивым. Платье идет ей [6, с. 843].

Сопоставляя каждое значение с соответствующим ей эквивалентом в английском языке, мы обнаружим лексические расхождения. В соответствии с этим обучающиеся при переводе могут допускать интерференционные ошибки [7, с. 203]. Рассмотрим некоторые примеры.

Варианты перевода слова «идти» в английском языке

Русская фраза	Интерферируемый перевод	Нормативный перевод
Идти к цели	<i>Go to the goal</i>	<i>Achieve one's goal</i>
Кровь идет	<i>The blood goes</i>	<i>Bleed</i>
Снег идет	<i>The snow is going</i>	<i>It is snowing</i>
Дорога идет вверх	<i>The road goes up</i>	<i>The road runs up</i>
Урок идет	<i>The lesson goes</i>	<i>The lesson lasts</i>

2. Лексико-семантическая интерференция, заключающаяся в употреблении русского слово при переводе на английский в прямом значении. Слово душа как слово *soul* в английском языке употребляется только в контекстах, где речь идет о религии.

- бессмертная душа > *immortal soul*;
- спасение души > *the salvation of the soul*;

В остальных случаях подходящим вариантом перевода окажутся устойчивые выражения со словом *heart*.

- в глубине души > *at heart / at the bottom of one's heart / deep down*;
- разговор по душам > *heart-to-heart talk* [4, с. 53].

3. Лексико-семантическая интерференция в области синонимии.

Под лексическими синонимами понимают слова, которые имеют одно и то же значение, но отличаются друг от друга:

- оттенками смысла (англ. *to stare, to gaze, to look, to watch, to see*).

Сравнивая с русскими переводом, можно сказать, что в большинстве случаев значения русского и английского слова совпадают, однако в некоторых случаях исключить полностью интерференцию невозможно.

- сферой употребления (англ. *beautiful, pretty, nice, handsome*). Для русскоязычного человека все слова примерно одинаковые. В английском языке, говоря о внешности мужчины, используют слова *nice, handsome*, а о внешности женщины – *pretty, beautiful*.

4. Лексико-семантическая интерференция в области антонимии.

Можно выделить две основные причины возникновения интерференции при подборе антонимов в английском языке. Рассмотрим некоторые примеры:

1) изначально неверный перевод русского слова в контексте, затем неправильный подбор антонима в английском языке:

слову *black* в английском языке антонимом служит слово *white*, однако при переводе некоторых словосочетаний, следуют обращать внимание на то, что слово «белый» в английском языке имеет совершенно иной эквивалент. Например: черная – белая магия – *light magic*. В данном случае противопоставлены не лексемы *black-white*, а лексемы *dark-light*. Именно это различие и составляет потенциальную интерференцию.

2) неразличение значений, связанное с недостаточным владением иностранным языком. При переводе на английский язык таких слов как большой и маленький, следует обращать внимание, так как в некоторых случаях возникает интерференция, обусловленная полисемией русского и английского языков. Например:

- большое (маленькое) расстояние – англ. *long (short) distance*;
- большой (маленький) человек – *big (little) man*;

5. Лексико-семантическая интерференция в области омонимии.

Лексическими омонимами называют слова, которые имеют сходное или одинаковое звучание, написание, но совершенно разные лексические значения. Билингв при недостаточном владении иностранным языком может не знать, что та или иная лексема омонимична, и вследствие этого – неправильно использовать в речи [6, с. 844].

Выделяют три основные группы омонимов: омоформы, омофоны, омографы.

1) омоформы: англ. *Book me two tickets*. – Закажи мне два билета. *I've read a book*. – Я прочитал книгу.

2) омографы: слово «*record*» или «*re'cord*» (рекорд или записывать на пластинку).

3) омофоны: англ. *be* – быть; *bee* – пчела; *beer* – пиво; *bear* – медведь [7, с. 81].

6. Лексико-семантическая интерференция в области паронимии.

Ошибки данной группы имеют некоторые общие черты с вышерассмотренными, но отличаются от них тем, что слова совпадают не полностью по внешней форме, а часто смешиваются по ассоциации. Например: «*despair*» (отчаяние) и «*despite*» (вопреки), «*coach*» (тренер; экипаж) и «*couch*» (диван; кушетка), «*west*» (запад) и «*vest*» (жилет), «*wander*» (бродить) и «*wonder*» (удивляться).

7. Лексико-семантическая интерференция, обусловленная нормами сочетаемости лексем. Причиной возникновения ошибок является несовпадение в семном составе английских и русских слов: лексическое значение слов английского и русского языков может быть близко, но различаться наличием или отсутствием какой-либо семы [8, с. 9].

Рассмотрим пример: *People should often visit a doctor*. Словосочетание «*to visit a doctor*» является некорректным, так как значение глагола «*to visit*» в английском языке можно определить как «*to go to a place in order to look at it, or to a person in order to spend time with them*» – в нём актуализована сема «навестить, провести время вместе», которая отсутствует в русском «сходить ко врачу / посетить врача». В данном случае уместно было бы употребить устойчивое выражение «*to see a doctor*».

8. Лексико-семантическая интерференция, обусловленная лексической избыточностью или недостаточностью. В английском языке некоторые

слова имеют несколько эквивалентов перевода. Например: *fingers* пальцы на руках, *toes* пальцы на ногах [9, с. 130].

9. Ложные друзья переводчика. Проблема лексической интерференции связана со словами похожими по написанию или произношению часто с общим происхождением, но отличающимися в значении. В данном случае слова, похожие по написанию или произношению, часто с общим происхождением, но отличающиеся в значении, называют «ложными друзьями переводчика» [10, с. 3]. Например: *artist* – художник, а не артист.

Для того чтобы проверить как проявляется интерференция на каждом из языковых явлений среди студентов 2 курса (общее количество студентов – 17 человек) был проведен предэкспериментальный срез. Задания в предэкспериментальном срезе отражали каждый из пунктов данной классификации. Из 41 вопроса, представленных в тесте, студентами в среднем правильно было выполнено 14,2 вопроса (34%). Самые низкие результаты студенты показали выполняя задания на такие явления как синонимия, ложные друзья переводчика, лексическая сочетаемость.

Подводя итог проведенному тестированию, можно сделать вывод о том, что степень лексического интерферирующего воздействия, выявленного у студентов, довольно высока, что ведет к многим лексическим ошибкам. Установленное процентное соотношение языковых явлений подтверждает, что родной язык отрицательное влияет на иностранный и убеждает нас в необходимости разработки комплекса упражнений, направленных на преодоление лексической интерференции.

Литература

1. Вархомеева, Г.Э. Эволюция взглядов на проблему языковой интерференции / Г.Э. Вархомеева // Вестник ЯГПУ. – 2014. – №8. – С. 19–25.
2. Вайнрайх, У. Одноязычие и многоязычие / У. Вайнрайх // Языковые контакты. – Москва: АН СССР, 1972. – 260 с.
3. Жумадилова, Г.А. Интерференция как актуальная проблема перевода в межкультурной коммуникации // Вестник АГПУ. – 2014. – № 19. – С. 34–39.
4. Смурова, Л.И. Характерные ошибки в английской речи студентов (при искусственном билингвизме) / Л.И. Смурова // Вестник ЦМО МГУ. – 2013. – №1. – С. 51–56.
5. Ожегов, С.И, Шведова, Н.Ю. Толковый словарь русского языка: 80 000 слов и фразеологических выражений / С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова. – Москва: Высшая школа, 1993. – 944 с.
6. Меденцева, Н.П. Лексическая интерференция в английской речи русскоязычных учащихся / Н.П. Меденцева // Молодой ученый. – 2014. – №3. – С. 840–844.
7. Королева, Н.М. К проблеме преодоления лексической интерференции на уроках иностранного языка / Н.М. Королева // Вестник ТГУ. – 2017. – №7. – С. 78–83.
8. Боковня, А.Е. Интерференция при обучении иностранному языку (на примере парадигматической лексико-синтаксической интерференции) и возможные пути ее преодоления в процессе работы над лексикой: автореф. дис. ... канд. пед. наук / А.Е. Боковня. – Москва, 1995. – 18 с.
9. Бархударов, Л.С. Язык и перевод (Вопросы общей и частной теории перевода) / Л.С. Бархударов. – Москва: «Международ. отношения», 1975. – 240 с.
10. Антонова, Н.В. Интерференция при обучении иностранному языку и способы ее преодоления / Н.В. Антонова // КГАУ. – 2015. – С. 1–8.

БРИТАНСКИЕ СУЕВЕРИЯ

BRITISH SUPERSTITIONS

Д.К. Галевская, А.К. Никонищенко, Е.Б. Петрова

Научный руководитель: Е.Б. Петрова, канд. филол. наук, доцент

Томский государственный педагогический университет, г. Томск, Россия

Ключевые слова: суеверия, английский язык, британская лингвосоциокультура, цветообозначения, дни недели.

Key words: superstitions, the English language, British lingua-socio-culture, colour terms, days of the week.

Аннотация. В данной статье рассматриваются суеверия как важнейшая часть жизни британцев. Наиболее существенные суеверия получают отражение в английском языке в форме фразеологизмов, пословиц, поговорок. Дарение красных и белых цветов, использование красной ручки, наличие у человека рыжих волос являются вестниками беды, тогда как использование красной нити и красной машины может принести хорошее. Счастливыми днями недели в Великобритании считаются вторник, четверг, суббота и воскресенье, а понедельник, среда и пятница считаются несчастливыми.

В настоящее время лингвисты уделяют особое внимание социокультурным аспектам коммуникации (см. подробнее исследования О.С. Иссерс [1], В.И. Карасик [2], В.В. Красных [3] и др.). На первый план выдвигаются исследования, раскрывающие взаимосвязи языка и культуры, в том числе исследования суеверий. Многие суеверия, приметы, предрассудки, уходящие корнями в глубокую историю, сохраняются и сегодня, играя существенную роль в жизни современного человека. Несмотря на то, что исследователи давно занимаются изучением суеверий (см. исследования В.И. Даля [4], В.И. Калашникова [5], С.А. Лавровой [6], Н.И. Сазоновой [7] и др.), до сих пор особенности отдельных суеверий, в частности суеверия англоязычных культур, остаются нераскрытыми.

Цель данного исследования выявить специфические особенности британских суеверий.

Обратимся к понятию «суеверия». В толковом словаре русского языка В.И. Даля, суеверие определяется как «вера в чудесное, сверхъестественное, в ворожбу, гадания, в приметы, знаменья; вера в причину и последствие, где никакой причинной связи не видно» [8, с. 628]. По мнению В.И. Даля пределы понимания суеверий зависят от каждого человека [8]. Все таинственное, необъяснимое и непонятное считается суеверием. В толковом словаре русского языка С.И. Ожегова и Н.Ю. Шведовой схожее определение «суеверия»: это «вера во что-нибудь сверхъестественное, таинственное, в предзнаменования, в приметы» [9, с. 778]. В известном же

социологическом энциклопедическом словаре под редакцией Г.В. Осипова «суеверие» понимается как «предрассудок, в силу которого происходящее представляется проявлением сверхъестественных сил и предзнаменованием будущего» [10, с. 351]. Философский словарь под редакцией И.Т. Фролова описывает «суеверие» как «убеждение в том, что некоторые видимые явления представляют собой знаки или результат воздействия невидимых сверхъестественных сил, служащих предзнаменованием будущего», как предрассудок без разумного основания, совокупность стереотипных взглядов [11, с. 548].

Полагаем целесообразным понимать под «суевериями», прежде всего, сформировавшуюся и закреплённую веру людей в сверхъестественное. Это совокупность некоторых стереотипных взглядов общества, в нашем случае это совокупность стереотипных взглядов британцев, связанных с их верой в сверхъестественное.

Вследствие невозможности охарактеризовать все британские суеверия остановимся только на некоторых из них, а именно 1) цветочных суевериях и 2) суевериях, связанных с днями недели.

Что касается британских цветочных суеверий, в каждом цвете закреплено особое значение. Из всей палитры цветов наиболее существенные красный, белый и чёрный. Эти цвета – устойчивая триада в символике цвета. Она встречается во многих древних культурах. Одной из наиболее обширных и культурно значимых является группа британских суеверий с цветочным компонентом «красный» (англ. *red*). Красный цвет в британской лингвосоциокультуре может предвещать как что-то плохое, так и что-то хорошее [12, с. 181].

Давайте рассмотрим ряд суеверий, в которых наличие красного цвета является знаком чего-то плохого:

1) Красный цветок (англ. *a red flower*).

Если на руку упадёт один из лепестков розы, в ближайшем времени Вас поразит молния. Упавшие на землю лепестки розы предвещают беду, смерть. Для предотвращения смерти нужно поднять эти лепестки, накрыть их шляпой и дважды перепрыгнуть через нее туда обратно.

2) Рыжие волосы (англ. *red hair*).

Обладатели рыжих волос считаются в британской культуре злыми и жестокими людьми, встретив которых на пути считается признаком будущей неудачи. Такое толкование встречается уже в сборнике пословиц и поговорок Альфреда Великого [12].

3) Красная ручка (англ. *a red pen*) / красный карандаш (англ. *a red pencil*). Данное суеверие распространено среди британских влюблённых. Письмо, записка, написанное красным карандашом или красной ручкой трактуется как вестник беды. Но в то же время у карточных игроков счёт, записанный красным карандашом или красной ручкой, считается предзнаменованием везения [13].

Обратимся к некоторым британским суевериям с цветовым компонентом «red», которые являются вестником чего-то хорошего:

1) Красная нить (англ. *red thread*).

Это суеверие заключается в том, что красная нить, повязанная на разные части тела, может излечить недуги, болезни, боли. Например, обвязанная вокруг головы до восхода солнца красная нить помогает избавиться от головной боли, либо же обвязанная вокруг воспалений красная нить лечит оспу и так далее. Точное происхождение данного суеверия неизвестно, но есть предположения, что это связано с тем, что красная нить олицетворяет кровеносную систему организма человека, которое поддерживает его здоровое функционирование [14].

2) Красная машина (англ. *a red car*).

Данное суеверие распространено среди британских водителей. Суть его в том, что машины красного цвета реже попадают в аварии.

Помимо некоторых описанных нами суеверий с цветовым компонентом «красный» в британской лингвосоциокультуре можно обнаружить суеверия, связанные со смешением красного с другими цветами. Так букеты из красных и белых цветов (англ. *red and white flowers*) считаются предзнаменованием какой-то беды и даже смерти [15].

Перейдем к суевериям, касающихся дней недели. В Великобритании, как и во многих странах мира, некоторые дни принято считать удачными, а некоторые – неудачными.

С древних времен считали, что от того, в какой день родился человек, зависит его жизнь. В британской лингвосоциокультуре удачными днями считаются вторник (англ. *Tuesday*), четверг (англ. *Thursday*), суббота (англ. *Saturday*) и воскресенье (англ. *Sunday*). К неудачным же дням относятся понедельник (англ. *Monday*), среда (англ. *Wednesday*) и пятница (англ. *Friday*) [16].

Так, например, британцы верят, что тот, кто родился во вторник (англ. *Tuesday*), благодатью награжден: англ. *Tuesday's child is full of grace* [17, с. 126]. Кроме того, принято считать, что этот день приносит здоровье: англ. *Tuesday for health* [17, с. 126]. Четверг же (англ. *Thursday*) является сокращенным рабочим днем, в который люди чувствуют скорое приближение выходных: англ. *Thursday is half-holiday* [17, с. 127]. Рожденные в четверг (англ. *Thursday*) достигнут многого в жизни: англ. *Thursday's child has far to go* [17, с. 127].

Согласно британским суевериям, суббота (англ. *Saturday*) – достаточно счастливый день, так как является началом выходных, хотя еще недавно суббота (англ. *Saturday*) и воскресенье (англ. *Sunday*) считались у прислуги неудачными днями для смены новой работы: англ. *Saturday servants never stay, Sunday servants run away* [17, с. 128]. Тем не менее, тот, кто родился в субботу (также англ. *the Sabbath day*) считается справедливым, мудрым и добрым: англ. *The child that's born on the Sabbath*

day, is fair and wise and good [17, с. 128]. Воскресенье же (англ. *Sunday*) является в Великобритании удачным днем для любых начинаний и считается «братом» понедельника (англ. *Monday*), так как эти дни стоят рядом: англ. *Monday is Sunday's brother* [17, с. 129]. Ребенок, родившийся в воскресенье (англ. *Sunday*), считается обладателем каких-то особых способностей [17, с. 129].

Понедельник (англ. *Monday*) согласно суевериям британцев не подходит для любого рода занятий. Однако, несмотря на то, что понедельник принято считать несчастливым, ребенку, родившемуся в этот день, предрекают красоту: англ. *Monday child is fair of face* [17, с. 129]. Среда (англ. *Wednesday*) схожа с понедельником (англ. *Monday*), так как по церковной традиции считается большим грехом заниматься в среду некоторыми домашними делами, а также нарушать пост. Пятница же (англ. *Friday*) является неудачным днем, так как в этот день было распятие Иисуса Христа. Кроме того считается, что в именно пятницу (англ. *Friday*) Ева предложила запретный плод Адаму. Принято считать, что именно в пятницу правит зло, особенно когда на этот день выпадает 13 число, и даже чаще случаются травмы. Кроме того, британцы верят, что пятница – это день убытков: англ. *Friday for losses* [17, с. 129].

Таким образом, британские суеверия, связанные с цветами и днями недели, могут вызывать как положительные, так и отрицательные ассоциации. Среди отрицательных британских суеверий можно обозначить красные и белые цветы, красную ручку и рыжие волосы, среди положительных – красную нить и красную машину. Удачными днями недели в британской лингвосоциокультуре считаются вторник, четверг, суббота и воскресенье, тогда как понедельник, среда и пятница считаются неудачными.

Литература

1. Иссерс, О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О.С. Иссерс. – Москва: КомКнига, 2006. – 288 с.
2. Карасик, В.И. Язык социального статуса / В.И. Карасик. – Москва, 1992. – 330 с.
3. Красных, В.В. «Свой» среди «чужих»: миф или реальность? / В.В. Красных. – Москва: ИТДГК «Гнозис», 2003. – 375 с.
4. Даль, В.И. Поверья, суеверия и предрассудки русского народа / В.И. Даль. – Москва: Эксмо, 2008. – 893 с.
5. Калашников, В.И. Энциклопедия религий и верований народов мира / В.И. Калашников. – Москва: Престижбук, 2001. – 208 с.
6. Лаврова, С.А. Культура и традиции Великобритании / С.А. Лаврова. – Москва: Белый город, 2004. – 210 с.
7. Сазонова, Н.И. Славянская книга: к проблеме сохранения и трансляции культурного наследия славян / Н.И. Сазонова // Томский журнал лингвистических и антропологических исследований. – 2015. – Вып. 3. – С. 156–163.
8. Даль, В.И. Иллюстрированный толковый словарь живого великорусского языка / В.И. Даль. – Москва: Абрис, 2018. – 448 с.
9. Ожегов, С.И. Толковый словарь русского языка / С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова. – Москва: Азбуковник, 1999. – 944 с.

10. Социологический энциклопедический словарь / под ред. Г.В. Осипова. – Москва: ИНФРА-М; НОРМА, 1998. – 488 с.
11. Философский словарь / под ред. И.Т. Фролова. – Москва: Республика, 2001. – 719 с.
12. Халеева, С.А. Национально-культурные цветоустановки и знаковое своеобразие английских «коломорфных» суеверий / С.А. Халеева // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – Тамбов: Грамота. – 2013. – № 10 (28). – С. 180–189.
13. Аветисова, С.О. Приметы и суеверия в России и Великобритании / С.О. Аветисова, Р.С. Аванесова // Международный журнал экспериментального образования. – Пенза: Академия Естествознания. – 2014. – № 6. – С. 106–107.
14. Николаева, Т.Г. Приметы и суеверия в России и Великобритании / Т.Г. Николаева, Н.В. Кудряшова // Высшее гуманитарное образование XXI века: проблемы и перспективы: Материалы десятой международной научно-практической конференции. – Самара: Самарский государственный социально-педагогический университет. – 2015. – С. 199–202.
15. Шушман, Е.А. Суеверия в межкультурной коммуникации / Е.А. Шушман, О.В. Чибисова // Успехи современного естествознания. – Пенза: Академия Естествознания. – 2013. – № 8. – С. 94.
16. Писко, К.И. Английские суеверия, связанные с днями недели, и их отражение в пословицах / К.И. Писко // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Лингвистика. – Москва. – 2009. – № 1. – С. 92–98.
17. Кутумова, С.А. Особенности этимологии фразеологических единиц с днями недели в контексте суеверий и поговорок (на материале русского и английского языков) / С.А. Кутумова // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – Тамбов: Грамота. – 2014. – № 5. – Ч. 2. – С. 126–129.

УДК 373.5.315.31-055.1:811.111
ГРНТИ 14.25.09

ИНТЕГРИРОВАННЫЙ УРОК КАК СРЕДСТВО МОТИВАЦИИ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА ПО ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ

INTEGRATED LESSON AS A MEANS OF MOTIVATION OF THE EDUCATIONAL PROCESS IN A FOREIGN LANGUAGE

К.А. Джакишева

Научный руководитель: Т.А. Дакукина, канд. пед. наук, доцент

Томский государственный педагогический университет, г. Томск, Россия

Ключевые слова: интеграция, интегрированный урок, мотивация.

Key words: integration, integrated lesson, motivation.

Аннотация. В настоящее время интегрированный урок становится популярным в учебном процессе. Он позволяет сформировать целостную картину мира у учащихся, соединяя те знания, которые ученики получают на других школьных предметах. Что касается иностранного языка, то он, сам по себе, является интегрированным, включая в себя знания из различных областей. В данном исследовании показано, как интегрированные уроки способствуют развитию различных качеств учеников, их творческих и интеллектуальных способностей, а также самой личности. В научной статье раскрывается значимость изучения иностранного языка совместно с другими интегрируемыми школьными дисциплинами и рассматривается как средство повышения мотивации учебного процесса.

Идея интегрированного обучения появилась в результате поисков оптимальных средств и форм обучения школьников, стимулирующих их мотивацию [1].

Для начала несколько слов о понятии «интеграция». Обратимся к толковому словарю русского языка начала XXI века, где «интеграция» [лат. *integration* – соединение] рассматривается как: 1. Объединение в одно целое каких-либо разнородных, прежде самостоятельных объектов. 2. Включение какого-либо объекта или его элементов в состав какого-либо другого объекта (обычно более крупного) [2]. В толковом словаре Ожегова «интеграция» представляет собой объединение в целое каких-либо частей или элементов [3, с. 940]. В электронном словаре современных педагогических терминов дается следующее толкование: интеграция – естественный способ познания себя и окружающего мира, который выражается в сочетании эстетического, познавательного, историко-генетического, общественно-функционального аспектов [4]. То есть, с одной стороны, интеграция рассматривается как процесс, с другой, как способ.

В последнее время процесс интеграции всё чаще набирает популярность среди учителей иностранного языка в школах. При этом иностранный язык выступает инструментом для изучения других дисциплин, которые в учебном процессе оказываются ведущими [5, 6]. Заинтересованность отечественных методистов в данном процессе, тем не менее, не затрагивает все стороны интегрированного обучения. Более того, интегрированные уроки иностранного языка в российских школах являются большой редкостью. Так что же такое интегрированный урок?

Интегрированный урок – это особый тип урока, объединяющий в себе обучение одновременно по нескольким дисциплинам при изучении одного понятия, темы или явления. Такой урок является одной из наиболее эффективных форм проведения учебных занятий в школах, соединяя воедино те знания, которые ученики получают из различных предметных областей, а также позволяя использовать знания одной науки в интересах другой, оказывая при этом значительный положительный взаимный эффект. Именно интегрированные уроки лежат в основе достижения межпредметных и метапредметных знаний, определенных Федеральными государственными образовательными стандартами среднего и общего образования.

Использование в процессе обучения таких уроков позволяет формировать у учащихся целостную картину мира, показать взаимосвязь изучаемых предметов, реализовать межпредметные связи. Рассмотрение различных сторон, аспектов той или иной темы (явления) с точки зрения нескольких дисциплин на одном уроке способствует развитию творческой направленности личности.

Основной целью интегрированного обучения является формирование полного представления о природе, обществе и мире в целом, а также личного отношения к законам их развития.

На каждом этапе обучения интеграция способствует решению определенных учебно-воспитательных задач:

- формирование познавательного интереса обучающегося и расширение кругозора;
- познание мира в его многообразии и единстве;
- развитие потенциала обучающихся, логики, мышления, коммуникативных способностей;
- формирование способностей к активному познанию окружающей действительности;
- становление социально-активной творческой личности [7].

А также такие задачи как:

- повышение мотивации учащихся к учению;
- подготовка к профессиональной деятельности;
- формирование творческих качеств личности;
- активизация знаний учащихся, полученные по определенному предмету в практической ситуации;
- знакомство детей с различными гранями изучаемого предмета;
- увеличение знаний в области названных предметов.

Интеграция может осуществляться в различных формах:

- когда оба предмета равноправны и оба учителя одинаково активны на уроке;
- когда выделяется главный предмет и сопутствующая ему дисциплина;
- при этом один учитель занимает ведущую роль, а другой – роль помощника;
- когда один учитель полностью берет на себя реализацию урока, другой учитель является лишь наблюдателем.

Наиболее предпочтительным является первый вариант организации урока. В этом случае интеграция происходит наиболее органично.

Касательно иностранного языка, как школьного предмета, следует отметить то, что он, по своей сути, является интегрированным. В нем, по сравнению с другими школьными предметами, преобладают межпредметные связи, которые позволяют учащимся получить знания различных областей науки, культуры, искусства, а также знания реальной повседневной жизни.

Интегрированные уроки, как иностранного языка, так и других дисциплин, позволяют учащимся самостоятельно добывать знания, формируют причинно-следственные связи. Такие уроки помогают развивать логическое мышление учащихся, их коммуникативные навыки. Использование различных видов деятельности на таком уроке способствует развитию

творческих способностей учащихся, а также увеличению интереса к предмету. Интегрированный урок, как уже было сказано, позволяет ученикам рассмотреть проблему с разных сторон, давая возможность составить целостную картину. Переключение на таком уроке с одного вида деятельности на другой снимает утомляемость и перенапряжение учеников. Всё это способствует повышению мотивации у учеников к изучению иностранного языка.

Задачей учителя при подготовке интегрированного урока, является определение главных и интегрированных учебных действий. Помимо этого учителю необходимо создать условия, в которых интегрированные действия будут являться помощниками в усвоении главных учебных действий.

Проведение интегрированных уроков иностранного языка позволяет повысить мотивацию учеников не только к самому иностранному языку, но также к изучению других школьных дисциплин. В материале для такого урока можно создать базу для формирования различных языковых навыков.

Введение интегрированных уроков в школьную программу, на наш взгляд, должно способствовать повышению интереса учащихся изучать иностранный язык, так как на таких уроках возникают различные коммуникативно-познавательные темы. Главной целью урока иностранного языка является обучение ему как средству общения. Отсюда следует, что всё происходящее на уроке следует подчинить коммуникативным целям.

Интегрированные уроки помогают обучать реальным ситуациям общения в различных коммуникативных сферах. На таких уроках ученики с легкостью и большим интересом усваивают объемный материал, используя его на практике. Помимо этого, интегрированные уроки позволяют учащимся проявить свои интеллектуальные способности. Посредством интегрированного урока у учащихся формируется определенный тип мышления, который поможет им почувствовать себя уверенно в современном мире и реализовать себя.

Литература

1. Миркина, Л.Г. Интегрированные уроки иностранного языка в современном мире [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.pedmasterstvo.ru/categories/6/articles/495> (дата обращения: 29.03.2019).
2. Толковый словарь русского языка начала XXI века. Актуальная лексика / под ред. Г.Н. Скляревский. – Москва: Эксмо, 2007. – 1131 с.
3. Ожегов, С.И. Толковый словарь русского языка / С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова. – 4-е изд., доп. – Москва: Азбуковник, 2000. – 940 с.
4. Словарь современных педагогических терминов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.maam.ru/detskijasad/slovar-sovremenyh-pedagogicheskikh-terminov.html> (дата обращения: 20.03.2019).
5. Наджарян, Л.К. Метод интегрированного предметно-языкового обучения в процессе подготовки студентов медицинских вузов [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

<https://libserv.tspu.edu.ru/lib-tspu/diploms/11783-nadzharyan-l-k-metod-integrirovannogo-predmetno-yazykovogo-obucheniya-v-protsesse-podgotovki-studentov-meditinskikh-vuzov.html> (дата обращения: 20.04.2019).

6. Рябухина, А.С. Методика обучения иностранному языку на основе интегрированного предметно-языкового подхода на средней ступени общеобразовательной школы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://libserv.tspu.edu.ru/lib-tspu/diploms/12357-gyabukhina-a-s-metodika-obucheniya-inostrannomu-yazyku-na-osnove-integrirovannogo-predmetno-yazykovogo-podkhoda-na-srednej-stupeni-obshcheobrazovatelnoj-shkoly.html> (дата обращения: 20.04.19).
7. Якиманская, И.С. Личностно-ориентированное обучение в современной школе / И.С. Якиманская. – Москва, 1996. – 96 с.
8. Браже, Т.Г. Интеграция предметов в современной школе / Т.Г. Браже // Литература в школе. – 2004. – № 5. – С. 150–154.
9. Глинская, Е.А. Межпредметные связи в обучении / Е.А. Глинская, С.В. Титова. – 3-е изд. – Тула: Инфо, 2007. – 44 с.

УДК 81'25
ГРНТИ 16.31.41

ПРИМЕНЕНИЕ ЛЕКСИЧЕСКИХ ТРАНСФОРМАЦИЙ ПРИ ПЕРЕВОДЕ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ТЕКСТОВ С АНГЛИЙСКОГО НА РУССКИЙ

THE USE OF LEXICAL TRANSFORMATIONS IN ECONOMICAL TEXTS TRANSLATION FROM ENGLISH INTO RUSSIAN

Д.В. Диваков

Научный руководитель: Е.А. Крюкова, канд. филол. наук, доцент

Томский государственный педагогический университет, г. Томск, Россия

Ключевые слова: перевод, анализ, текст, экономика, трансформации, транскодирование.

Key words: translation, analysis, text, economy, transformations, transcoding.

Аннотация. В условиях глобализации возрастает спрос на перевод текстов экономической тематики. Такой перевод имеет целый ряд особенностей и требует не только знания специальных терминов, используемых в экономике и бизнесе, но также и владения определенными приемами перевода. Для анализа были выбраны лексические трансформации, поскольку именно они являются наиболее частотными при переводе текстов данной тематики. Материалом для анализа послужит статья Акселя Дреера «Does globalization affect growth?». В исследовании даны определение лексических трансформаций, и какие приемы они в себя включают, приведены примеры.

Существует несколько подходов к классификации переводческих трансформаций, но данное исследование будет опираться на классификацию, предложенную В.Н. Комиссаровым. Согласно этой классификации, среди лексических трансформаций можно выделить такие приемы как:

1. Транскодирование (транскрипция и транслитерация);

2. Калькирование;
3. Лексико-семантические замены (конкретизация, генерализация, модуляция) [1, с. 172].

При переводе английских экономических текстов, лексические трансформации применяются наиболее часто, поскольку такие тексты содержат большое количество терминов.

Транскрипция и транслитерация – это способы перевода лексической единицы оригинала путем воссоздания ее формы с помощью букв ПЯ. При транскрипции воспроизводится звуковая форма иноязычного слова, а при транслитерации его графическая форма (буквенный состав). Ведущим способом в современной переводческой практике является транскрипция с сохранением некоторых элементов транслитерации. Поскольку фонетические и графические системы языков значительно отличаются друг от друга, передача формы слова ИЯ на языке перевода всегда несколько условна и приближительна [1, с. 173].

Таблица 1

Транслитерация терминов

Английский термин	Перевод на русский язык
Endogeneity	Эндогенность
Regression	Регрессия
Correlation	Корреляция
Collinearity	Коллинеарность
Specification	Спецификация
Exogeneity	Экзогенность
Covariate	Ковариата
Globalization	Глобализация
Crisis	Кризис
Financial	Финансовый

Таблица 2

Транскрипция терминов

Английский термин	Перевод на русский язык
Economist	Экономист
Proxu	Прокси
Effect	Эффект
Index	Индекс
Regressor	Регрессор

Но наиболее частотным приемом будет являться **калькирование**.

Этот прием заключается в передаче безэквивалентной лексики ИЯ при помощи замены ее составных частей – морфем или слов (в случае устойчивых словосочетаний) их прямыми лексическими соответствиями в ПЯ [2, с. 99].

Калькирование терминов

Английский термин	Перевод на русский язык
Portfolio investments	Портфельные инвестиции
Dummy variable	Фиктивная переменная
Explanatory variable	Объясняющая переменная
Standard error	Стандартная ошибка
Fixed effects specification	Модель с фиксированными эффектами спецификации
A rule of law index	Индекс верховенства закона
International Monetary Fund	Мировой валютный фонд
Human capital	Человеческий капитал
Financial depth	Финансовая глубина
Stock market capitalization	Капитализация фондового рынка
Instrumental variable	Инструментальная переменная
Strict exogeneity	Строгая экзогенность

Также можно встретить такие термины, перевод которых, осуществляется комбинированным путем, например:

Strict exogeneity – (строгая экзогенность); перевод на русский язык осуществляется путем калькирования (*strict* – строгая) и транслитерации (*exogeneity* – экзогенность).

Использование этого приема позволяет добиться однозначной соотнесенности с исходным словом, упрощая тем самым понимание текста.

Лексико-семантические замены – это способ перевода лексических единиц оригинала путем использования в переводе единиц ПЯ, значение которых не совпадает со значениями исходных единиц, но может быть выведено из них с помощью определенного типа логических преобразований. Основными видами подобных замен являются конкретизация, генерализация и модуляция (смысловое развитие) значения исходной единицы [1, 174].

Конкретизацией называется замена слева или словосочетания ИЯ с более широким референциальным значением словом или словосочетанием ПЯ с более узким значением [2, с. 210].

Aware of the shortcomings of the cross-section approach, some recent studies use panel data to examine the relationship between some dimensions of globalization and growth [3, с. 2].

Согласно английскому толковому словарю «free dictionary» термин «dimension» имеет несколько значений:

1. величина
2. измерение
3. аспект, сфера [4].

Выбор третьего словарного значения – аспект, будет наиболее подходящим для данного контекста.

Генерализацией называется явление, обратное конкретизации – замена единицы ИЯ, имеющей более узкое значение, единицей ПЯ с более широким значением [2, с. 213].

При переводе экономических текстов этот прием применяется довольно редко.

Since some of the data are not available for all countries or years, the panel data are unbalanced and the number of observations depends on the choice of explanatory variables [3, с. 7].

Поскольку не все данные по странам и периодам доступны, данные многомерного временного ряда могут быть неточными, и некоторые результаты наблюдений становятся зависимыми от выбора объясняющих переменных.

Термин «unbalanced» можно перевести с английского как неуравновешенный, находящийся в дисбалансе, но такой перевод едва ли можно будет назвать удачным, поскольку нарушит лексическую сочетаемость. Поэтому для перевода было использовано слово «неточный», которое является более широким по своему значению.

Последним видом лексико-семантических трансформаций является модуляция. **Модуляцией** или смысловым развитием называется замена слова или словосочетания ИЯ единицей ПЯ, значение которой логически выводится из значения исходной единицы [1, с. 177].

According to the index, France has the highest political integration with the rest of the world, followed by the USA, Sweden and Canada [3, 6].

Согласно этому индексу, Франция обладает наибольшей политической интеграцией, уступая лишь США, Швеции и Канаде.

Фразу «*followed by*» можно перевести как «следует за», но поскольку, в таком случае фраза становится несколько косноязычной, она была заменена на «уступает». Если Франция следует в списке наиболее интегрированных в мировую экономику стран, стало быть, она им уступает.

В ходе исследования было выявлено, что наиболее частыми приемами при переводе текстов экономической тематики являются калькирование и транслитерация. Такой прием, как модуляция, практически не применяется.

Литература

1. Комиссаров, В.Н. Теория перевода (лингвистические аспекты): Учеб. для ин-тов и фак. иностр. яз. / В.Н. Комиссаров. – Москва: Высш. шк., 1990. – 253 с.
2. Бархударов, Л.С. Язык и перевод (Вопросы общей и частной теории перевода) / Л.С. Бархударов. – Москва: Международные отношения, 1975. – 240 с.
3. Dreher, A. Does Globalization Affect Growth? / A. Dreher. – Mannheim, Germany, 2003. – 33 p.
4. Free Dictionary [Electronic resource] / Dictionary. Режим доступа: <https://www.thefreedictionary.com> (дата обращения: 07. 04. 2019).

СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ СПОСОБОВ СЛОВООБРАЗОВАНИЯ В РУССКОМ И АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКАХ

COMPARATIVE ANALYSIS OF WORD FORMATION WAYS IN THE RUSSIAN AND ENGLISH LANGUAGES

Е.В. Казаченко

Научный руководитель: Т.Н. Бабакина, канд. филол. наук, доцент

Томский государственный педагогический университет, г. Томск, Россия

Ключевые слова: словообразование, способ словообразования, производное слово, аффикс, сопоставительный анализ.

Key words: word formation, word formation way, derivative word, affix, comparative analysis.

Аннотация. В статье рассматривается понятие словообразования, анализируются различные классификации способов словообразования, приводятся результаты сопоставительного анализа способов словообразования в русском и английском языках. В процессе исследования выявлены особенности словообразовательных процессов в обоих языках и продуктивность отдельных способов словообразования.

Развитие языков происходит постоянно, что требует непрерывного исследования их структуры. Одним из важных разделов языкознания является словообразование, так как появление новых слов – естественный процесс в любом языке. Существует множество исследований по данному разделу лингвистики в отдельных языках, но для лучшего понимания их взаимосвязи требуется проведение сравнительного анализа.

Целью данного исследования является проведение сравнительно-сопоставительного анализа способов словообразования в русском и английском языках.

Невозможно подсчитать точное количество слов в каждом языке, но очевидно, что их огромное множество. Согласно статистике, каждый день только в английском языке появляется около четырнадцати новых слов. Пополнение словарного запаса языка может происходить разными путями. Одним из важнейших называют образование слов на основании уже известных – словообразование [1, с. 569].

На данный момент существует несколько определений «словообразования». Советский лингвист С.И. Ожегов считает, что это понятие означает «1. Систему языковых категорий, относящихся к производству и строению слов. 2. Раздел языкознания, изучающий такие категории, законы образования производных слов и их строение» [2, с. 731]. Определение Т.Ф. Ефремовой схоже с представленным выше, но более кратко: «Система образования слов в языке. Способы такого словообразования...» [3].

В представленном разделе языкознания следует упомянуть некоторые важные понятия и их определения. Так, например, слово рассматривается либо как производящее – от которого образовано, либо как производное – новое слово, являющееся результатом словообразовательного процесса. Многие слова образуются при помощи словообразовательных формантов – наименьших звуковых и семантических средств, которые являются носителями словообразовательного значения [4, с. 279–280].

Существует несколько классификаций, помогающих понять составляющие такого раздела языкознания, как словообразование.

Первой классификации придерживается в работе Е.А. Земская, выделяя четыре основных способа словообразования: лексико-семантический, лексико-синтаксический, морфолого-синтаксический, морфологический [5, с. 176].

В.Н. Немченко предлагает классификацию, зависящую от состава словообразовательных аффиксов. На этом основании Василий Николаевич выделяет две группы: чистые, образованные при помощи одного форманта, и смешанные, для формирования которых необходимо использование двух и более словообразовательных средств [1, с. 371–373].

На основе прочитанной литературы можно составить более подробную и простую для понимания классификацию, выделив, как отдельные способы, аффиксальные и безаффиксные.

К первой группе относится шесть способов, при использовании которых необходимо прикрепление или вычленение одного или более аффиксов.

1) Суффиксальный – способ, заключающийся в присоединении одного или более суффиксов к основе слова, при этом части речи производного и производящего слов могут отличаться. Возможен для образования любой основной части речи: тяжелый – тяжеленький (-еньк- имеет уменьшительно-ласкательное значение), broad «широкий» – broaden «расширять» (-en- образует глаголы от прилагательных, реже от существительных, имеет значение «сделать более...»). Согласно исследованиям, в английском языке суффиксация преимущественно используется с существительными;

2) Префиксальный – способ, заключающийся в присоединении одного или более префиксов к основе. В этом случае, чаще всего часть речи сохраняется. При помощи данного способа возможно образование любой основной части речи: действие – бездействие (без- имеет значение отсутствия чего-либо), believe «верить» – disbelieve «не верить» (dis- отрицательная приставка, которая придает глаголам обратное значение). Префиксация в английском языке более предпочтительна для образования глаголов;

3) Префиксально-суффиксальный – способ, объединяющий два вышеуказанных: бежать – перебежчик, calculate «расчет» – miscalculation «просчет»;

4) Сложносuffixальный – способ, при котором слово образуется путём складывания основ и присоединения к ним suffixа: водокачка, keyboarder «оператор ПК»;

5) Нулевая suffixация – способ образования слова с помощью нулевого suffixа: гнилой – гниль, gold «золотой» – gold «золото».

Значительные отличия наблюдаются во взглядах зарубежных и отечественных лингвистов на изучение конверсии и нулевого словообразования – многие иностранные ученые считают эти два понятия синонимичными. Некоторые относят, однако, нулевую suffixацию к морфологическим способам, результатом такой деятельности выступает сложное по структуре слово, а конверсию – к семантическим способам, которые приводят к образованию простого слова [6, с. 79–80];

6) Обратное словообразование – способ, в котором из производного слова образуется производящее, путём отбрасывания suffixа или элемента схожего с ним, то есть происходит разделение ранее неделимого слова на составные элементы: фляжка – фляга, editor «редактор» – edit «редактировать». Данный способ не характерен для русского языка.

Для большинства affixальных способов характерно образование простых слов, не считая сложносuffixального способа.

Во вторую группу способов словообразования входят шесть способов, не требующих использования деривационных affixов.

1) Сложение – способ, заключающийся в соединении двух или более основ разными способами:

- непосредственно (сено, косить – сенокос, grand, mother – grandmother «бабушка») – такое сложение характерно для обоих языков;
- с помощью соединительной гласной (пар, ходит – пароход, hand, work – handiwork «ручная работа») – чаще встречается в русском словообразовании;
- при помощи служебных слов (мать-и-мачеха, father-in-law «свекор, тещ») – данный тип редко используется и в русском, и в английском языках;

2) Сращение – способ, напоминающий сложение, но имеющий отличительную особенность: по своему значению и морфемному составу производные слова всегда полностью совпадают со словосочетанием, от которого они образованы;

3) Аббревиация – способ, в котором производным словом является аббревиатура, сформированная сложением первых букв слов или их усеченных основ. Аббревиация возможна только при образовании существительных: Министерство внутренних дел – МВД, Limited liability company – LLC «Общество с ограниченной ответственностью»;

4) Усечение производящей основы путём аббревиации – способ, широко используемый в современных языках, который заключается в сокращении основы слова: специалист – спец, laboratory – lab «лаборатория»;

5) Фонетический способ словообразования – способ образования нового слова, путем изменения его фонетических характеристик. Следует отметить, что смена места ударения в английском языке приводит к изменению части речи, в то время как в русском – лексико-грамматический класс остается неизменным: м^ука – мука́, an 'object «объект» – to ob'ject «возражать»;

б) Конверсия – способ, приводящий к переходу производящего слова в другую часть речи: блестящий (на столе) – блестящий (снег), an answer «ответ» – to answer «отвечать». Как уже упоминалось ранее, некоторые лингвисты рассматривают конверсию и нулевую суффиксацию как тождественные понятия.

Безаффиксные способы словообразования чаще используются для создания сложных слов, за исключением способа усечения основы.

Но теоретических данных недостаточно для того, чтобы определить продуктивность различных способов словообразования в русском и английском языках. Поэтому был проведен анализ текстов. В качестве материала для исследования послужили тексты на английском и русском языках, написанные в публицистическом стиле, и отобранные методом сплошной выборки из различных сайтов. Анализ показал, что в русском языке наиболее продуктивными являются такие способы словообразования, как суффиксальный (18%) и префиксально-суффиксальный (9%), нулевая суффиксация (3%), фонетический способ (2%), словосложение (1%). При анализе текстов на английском языке были получены следующие результаты: 5% слов образовано суффиксальным способом, 4% – результат конверсии, 1,5% – сложения, 0,7% – префиксации, 0,7% – обратного словообразования.

Таким образом, проведенный сопоставительный анализ позволил определить, что наиболее продуктивным способом словообразования и в русском и английском языках является суффиксальный способ. В русском языке достаточно продуктивным является также префиксально-суффиксальный способ, в отличие от английского языка, где второе место по продуктивности занимает конверсия.

Литература

1. Немченко, В.Н. Введение в языкознание: учебник для вузов / В.Н. Немченко. – Москва: Дрофа, 2008. – 703 с.
2. Ожегов, С.И. Толковый словарь русского языка: 80 000 слов и фразеологических выражений / С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова. – Изд. 4-е, доп. – Москва: Азбуковник, 1999. – 731 с.
3. Ефремова, Т.Ф. Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный [Электронный ресурс]: словарь / Т.Ф. Ефремова. – Москва: Русский язык, 2000. – Режим доступа: <http://efremova.info> (дата обращения: 16.11.2018).
4. Алефиренко, Н.Ф. Теория языка. Вводный курс: учебное пособие для студентов филологических специальностей высш. учеб. заведений. / Н.Ф. Алефиренко – Изд. 2-е, испр. и доп. – Москва: Издательский центр «Академия», 2007. – 368 с.

5. Земская, Е.А. Современный русский язык. Словообразование: учебное пособие / Е.А. Земская. – Изд. 3-е, испр. и доп. – Москва: Флинта: Наука, 2011. – 328 с.
6. Корнеева, Т.А. Нулевая суффиксация и конверсия как способы словообразования / Т.А. Корнеева. – Казанский федеральный университет, 2018. – №1 (51). – С. 77–82.

УДК 371.315:811.11'272

ГРНТИ 14.25.09

КУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЙ МАТЕРИАЛ НА УРОКАХ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА И ТРУДНОСТИ ЕГО РЕАЛИЗАЦИИ

CULTUROLOGICAL MATERIAL IN ENGLISH LANGUAGE LESSONS AND DIFFICULTIES OF ITS IMPLEMENTATION

Р.В. Колотовкин

Научный руководитель: Т.А. Дакукина, канд. пед. наук, доцент

Томский государственный педагогический университет, г. Томск, Россия

Ключевые слова: культурологический компонент, материалы, аутентичность, компоненты культуры, школьники, педагог, преподавание английского языка, трудности.

Key words: culturological component, materials, authenticity, cultural components, school students, teacher, teaching of the English language, difficulties.

Аннотация. Использование в учебном процессе лингвострановедческой и культурологической информации способствует сознательному усвоению изучаемого материала, обеспечивая повышение познавательной активности учащихся, формируя у них положительную мотивацию к учению, предоставляя стимул к самостоятельной работе над иностранным языком. В исследовании обобщены основные положения, имеющие культурологический компонент, а также выделены трудности при работе с таким материалом.

При обучении английскому языку в настоящее время всё более актуальным становится применение материалов культурологическим компонентом. Например, при обучении иноязычному чтению предлагается использовать аутентичные специально отобранные тексты со словарём реалий и лингвострановедческим комментарием.

Регулярное использование в работе комплекса упражнений с прагматическим материалом является эффективным средством формирования культурологической компетенции [1, с. 15]. Это, например, аутентичные аудио- и видеоматериалы, а также зрительная наглядность: предметы повседневной жизни, изначально не имеющие учебно-методической направленности, но созданные исключительно для использования носителями языка. К указанным материалам относятся также объявления, афиши, программки, входные и проездные билеты, этикетки, вывески, меню, карты, рекламные проспекты и мн. др.

Эффективность подобных материалов, по мнению Кузьминой А.В., обеспечивается, в первую очередь, их аутентичностью и способностью приобщения к иноязычной культуре [2]. Их несомненное достоинство состоит в том, что они стимулируют практически подлинную коммуникацию, удовлетворяя познавательные интересы учеников (например, можно попросить учеников разыграть сцену покупки билетов в театр или разыграть разговор между пассажиром и работником вокзала).

Функционально-целевое назначение прагматических материалов может различаться. Как правило, они используются:

- для приобретения страноведческих знаний (последовательным или проблемным путем);
- для организации речевого общения, для развития устной речи по выше перечисленным сферам общения: организации интервью, различных опросов об учебных и спортивных центрах, изучения условий и требований, связанных с получением различных профессий, имитации путешествий, посещений, выбора гостиниц, развлечений и др.;
- для семантизации языковых единиц и развития смысловой и лингвистической догадки, для развития компаративных умений, оценочных суждений, для социальной ориентации [2].

Значимость культурологического материала заключается в так называемой подлинности коммуникации: учащиеся как бы проживают все события, играют определенные роли, решают проблемы (покупок, экскурсий, выбора учебного центра и профессии, заполнение анкет, выбора меню и т.д.), удовлетворяют свои познавательные интересы.

Научить ребенка общаться устно и письменно, произвольно создавать, а не только понимать на слух иностранную речь – трудоемкая задача, осложненная еще и тем фактом, что общение представляет собой не просто вербальный процесс, эффективность которого зависит только от знания языка. Напротив, успешная коммуникация определяется такими дополнительными параметрами как:

- условиями общения;
- знанием правил этикета;
- владением невербальными формами выражения значения (мимикой, жестами);
- фоновыми знаниями и т.д.

Так, преодоление языкового барьера не является достаточным для реализации полноценного общения представителей разных культур, важно также и преодоление барьера культурного.

Последующими компонентами культуры, которые несут в себе национально-специфическую окраску, и которыми должны овладеть школьники в рамках культурологического подхода к изучению иностранного языка, являются:

- традиции (устойчивые элементы культуры) и соционормативные обряды (реализуют функцию неосознанного приобщения к системе нормативных требований представителей культуры);
- бытовая культура (тесно связана с традициями, поэтому часто ее называют традиционно-бытовой культурой);
- повседневное поведение (привычки представителей культуры, нормы общения, принятые в социуме) и связанная с ним мимическая и пантомимическая природа, характерная для носителей лингвокультурной части;
- национальная картина мира (отражает специфику восприятия окружающей действительности, национальные особенности мышления представителей культуры);
- художественная культура (отражает культурные традиции этноса) [3, с. 59–61].

Кроме того, специфическими особенностями обладает и сам носитель языка и культуры, поэтому в межкультурном общении необходимо узнавать особенности его характера, систему эмоционального склада, национально-специфический тип мышления.

Н.Д. Гальскова полагает, что «чем сильнее различия между языками и культурами, тем сложнее овладеть иностранным языком как средством общения. Влияние такого фактора, как принадлежность к разным культурно-историческим единствам настолько велико, что оно определяет специфические особенности методической системы в целом» [4, с. 72].

В связи с этим обучение иностранному языку в школе в русле культуроведческого подхода вызывает ряд трудностей при его реализации.

1. Подготовка к межкультурной коммуникации в школе осуществляется искусственно с помощью учебного общения с одноклассниками, т.е. с носителями одинаковой культуры.

2. Основным коммуникативным партнером учащихся остается учитель иностранного языка, также не являющийся носителем иноязычной культуры, а только ее «ретранслятором».

3. Постоянное воспроизведение стереотипных ситуаций и подражание культурным образцам при одновременном несовершенном владении изучаемым языком, что в итоге оказывает учащимся «медвежью услугу», поскольку в процессе коммуникации с зарубежными сверстниками он теряет национальную самобытность и индивидуальный коммуникативный стиль.

4. Недостаток фоновых знаний, в контексте которых функционирует изучаемый язык, затрудняет взаимопонимание собеседников в ходе реальной межкультурной коммуникации [5, с. 37–42].

Для снятия указанных трудностей при обучении школьников английскому языку важно учитывать следующие виды их мотивации:

1. Коммуникативную мотивацию (определяется на основе потребностей в общении).

2. Лингво-познавательную мотивацию (основана на стремлении ученика к познанию новых языковых явлений).

3. Профессионально ориентированную мотивацию (базируется на получении профессиональных знаний посредством изучения иностранного языка).

4. Страноведческую мотивацию (зависит от тематики и эмоциональной заинтересованности учеников в изучаемом предмете) [6, с. 162].

Поскольку учащиеся не имеют возможности осуществления непосредственной коммуникации с носителями изучаемого языка, у педагога возникает необходимость объяснения и разъяснения определенных культурных особенностей другого народа, чтобы у детей не возникало непонимания и неприятия их культуры. В связи с этим следует подбирать языковой материал, отражающий культурную специфику страны изучаемого языка – реалии, в которых наиболее тесно прослеживается близость языка и культуры.

Преподавание иностранного языка в школе с позиций культурологического подхода, таким образом, представляется непростой задачей, осложняемой отсутствием реального культурного фона и возможностью общения с носителями языка напрямую. Педагогу необходимо уметь выстраивать свою работу, чтобы максимально сглаживать перечисленные выше факторы в учебном процессе.

Литература

1. Кричевская, К.С. Прагматические материалы, знакомящие учеников с культурой и средой обитания жителей страны изучаемого языка / К.С. Кричевская // Иностранные языки в школе. – 1996. – №1. – С. 15–19.
2. Кузьмина, А.В. Роль аутентичных материалов в развитии познавательной активности обучающихся в процессе обучения иностранному языку [Электронный ресурс] // Социальная сеть работников образования «Наша сеть». – 2017. – Режим доступа : <https://nsportal.ru/shkola/inostrannyyazyki/angliiskiyazyk/library/2017/12/21/rol-autentichnyh-materialov-v-razviti>.
3. Фурманова, В.П. Межкультурная коммуникация и лингвокультуроведение в теории и практике обучения иностранным языкам. – Саранск: Издательство Мордовского ун-та, 2013. – 189 с.
4. Гальскова, Н.Д. Современная методика обучения иностранным языкам: пособие для учителя. – Москва: АРКТИ-ГЛОССА, 2000. – 189 с.
5. Барышников, Н.В. Параметры обучения межкультурной коммуникации в средней школе // Иностранные языки в школе. – 2002. – №2. – С. 37–42.
6. Ковылина, Е.В. Преподавание иностранного языка в рамках культурологического подхода // Молодой ученый. – 2010. – № 8 (2). – С. 160–164.

ФОРМИРОВАНИЕ НАВЫКОВ ПИСЬМЕННОЙ РЕЧИ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ПОДКАСТОВ

THE SKILL FORMATION OF WRITTEN SPEECH WITH THE USE OF PODCASTS

Л.Н. Копкина

Научный руководитель: Т.А Дакукина, канд. пед. наук, доцент

Томский государственный педагогический университет, г. Томск, Россия

Ключевые слова: английский язык, подкаст, письмо, письменная речь, преподаватель.

Key words: English language, podcast, written language, written speech, teacher.

Аннотация. Работа посвящена вопросам применения подкастов/видео-кастов в обучении английскому языку. В статье автор приводит список из десяти разных источников, где размещаются подкасты и задания, способствующие развитию письменной речи у обучающихся, также описана дидактическая роль данного метода в обучении иностранному языку, приведен пример работы с заданиями, которые включают в себя подкасты.

Изучение иностранного языка невозможно без освоения такого вида речевой деятельности, как письменная речь. Письменная речь в методике рассматривается как процесс выражения мыслей в графической форме [1, с. 373].

В настоящее время умение писать на английском языке приобретает все большее значение по многим причинам: возможность обучаться и путешествовать, принимать участие в программах обмена, общаться через Интернет. Обучаемому необходимо заполнять анкеты, вести переписку, писать мотивационное письмо, то есть уметь правильно выражать свои мысли в письменной форме [2, с. 24]. Общение постепенно переросло в виртуальную образовательную среду, и от того, как человек умеет выражать свои мысли на письме, зависит его успешное взаимодействие с другими людьми. Пользоваться письменной речевой деятельностью – значит владеть основами композиции, знать стилевые особенности и следовать правилам организации письменного текста.

С появлением современных технологий подходы к формированию навыков письменной речи при обучении иностранному языку меняются. Они становятся объектом исследования для многих современных ученых: П.В. Сысоева [3, с. 123], С.В. Титовой [4, с. 222], Г.В. Романцовой [5, с. 124].

К современным интернет-технологиям с дидактической стороны, можно отнести Интернет и его информационные ресурсы. Они представляют собой технические средства обучения. К таким ресурсам относятся

социальные сервисы: блоги, видеоролики, подкасты. Все эти ресурсы используются теперь в учебных целях для обучения иностранному языку. Технические средства обучения повышают качество учебного процесса, дают возможность изложить материал наглядно, в легко воспринимаемой форме, что делает урок более интересным для обучающихся.

Наглядные учебные материалы также направлены на обучение письменной речи на английском языке. К ним относятся: подкасты, аудиокниги, видеоролики на иностранном языке. Рассмотрение возможности применения подкастов при обучении письменной речи на уроках иностранного языка и является целью нашей статьи

По словарю Macmillan, подкастом называется мультимедийный файл, который можно скачать из интернета, прослушать или посмотреть на аудио и видео проигрывателях [6, с. 500]. Нельзя не указать на дидактический потенциал этой интернет-технологии. Подкасты представляют собой аутентичный материал, который можно использовать на разных этапах изучения языка, что позволяет разнообразить урок. Подкасты актуальны, ведь технологию можно использовать как на уроках английского языка, так и вне его. Многоканальное восприятие происходит во время использования подкастов на уроке. Преподаватель должен обучать письму на речевом материале, содержание которого учащиеся могли бы не только понять, но и выразить потом в речи. Использование подкастов является хорошим вариантом в качестве помощи для учителя. Такие материалы составлены из комбинации звукового ряда, фото или видео картинок вместе с текстовым материалом, что задействует одновременно разные органы восприятия. Это все, в свою очередь, является ключом к пониманию речи на английском языке, что в дальнейшем мотивирует к выражению мыслей по теме в письменной форме, а это и является главной целью при обучении письменной речи учащихся.

Обучение письменной речи должно всегда развиваться одновременно с другими видами речевой деятельности – аудированием, чтением и говорением. Подкасты отвечают на все требования этих видов речевой деятельности, помогая всецело развивать английский язык учащемуся.

Использование подкастинга в учебном процессе – способ нетрадиционный, направленный на реализацию личностно-ориентированного подхода. Данный подход способствует развитию мышления и, соответственно, способности выражать свои мысли в письменном виде. Е.Ю. Малушко указывает, что, используя данный метод, учащийся получает следующие умения: письменно передавать цель и тематику сообщения, письменно излагать содержание, писать свое мнение об увиденном/прослушанном, письменно делать выводы по теме [7, с. 146–153].

На сегодняшний день существует огромное количество подкастов для изучения английского языка. Проанализировав достаточное количество источников, содержащих разного рода подкасты, можно выделить

наиболее эффективные для формирования навыков письменной речи на английском языке:

1. *EngVid Free English Video Lessons*. На этом сайте публикуются видео уроки от носителей языка, которые направлены на помощь в понимании тонкостей письма: с чего начать письмо, какие знаки препинания нужно употребить, как обобщить информацию. После просмотра видеоролика необходимо выполнить практические задания самостоятельно. Есть возможность задать вопрос учителю в комментариях.

2. *Samples Help*. Сайт, имеющий визуальные образцы и практические советы по ведению деловой переписки на английском языке. На сайте есть наглядные примеры правильного написания конкретного вида письма. После ознакомления с примерами, сайт предлагает на выбор учащегося выполнить несколько практических письменных заданий.

3. *Daily Writing Prompt*. Сайт, который развивает творческое мышление. Учащемуся предлагается посмотреть видеоролики на разные темы, написать свое мнение, продолжить начатые истории, использовать идеи из календаря и т.д. Сайт предлагает метод «free writing» – в течение определенного времени необходимо писать все, что приходит в голову, не задумываясь над правописанием и темой.

4. *ESOL Courses*. Сайт, предлагающий большое количество простых и полезных упражнений на письмо: описание внешности, заполнение пропусков, расстановка слов и т.д. Многие задания построены на основе популярных песен. На сайте задания делятся по уровням изучения английского языка, также там можно найти образовательные видеоролики на английском языке.

5. *Learn English Conversation*. Каждое видео содержит небольшой диалог и упражнение к нему. Сначала диалог прослушивается, а затем слушающий пробует употребить в речи то, что услышал.

6. *FluentU*. Данный сайт предлагает огромное количество видеороликов, относящихся к самым разным жанрам, которые способствуют пониманию естественного английского языка. Видео содержат субтитры, а также задания, позволяющие проверить, насколько хорошо слушающий запомнил пройденный материал.

7. *TED*. Сайт, на котором публикуются видеоролики на разные темы. Видеоролики разного жанра от науки и искусства до юмористических видео. Данный сайт может быть полезен для преподавателя, так как видеоролики с этого сайта можно подобрать к теме урока, а после просмотра с учащимися, обсудить и обменяться мнениями.

8. *Bigthink*. Сайт аналог TED, имеющий также подкасты на видеохостинговом сайте Youtube.

9. *Bistroenglish*. Российский сайт, который предлагает образовательные видео и аудио подкасты от русскоязычных преподавателей. На сайте

тоже предоставлены задания к видеороликам на развитие письменных навыков при обучении английскому языку.

10. *Learn English Today*. Сайт, предлагающий упражнения и тесты по английскому языку на разные темы. Учащийся должен распечатать задания и выполнить их письменно.

Для достижения конечного результата необходимо определиться с выбором Интернет-ресурса, отобрать подходящий материал, разработать комплекс упражнений, целью которых является развитие навыков письменной речи, применить на практике. Традиционно задания для работы с подкастами подразделяются на:

- 1) Задания до прослушивания.
- 2) Задания во время прослушивания.
- 3) Задания после прослушивания [7].

На первом этапе необходимо письменно зафиксировать ключевые слова, определить тему или жанр, проанализировать речь говорящего, определить количество задействованных людей [7, с. 148].

На втором этапе имеет смысл выписать незнакомые слова, записать примерный план подкаста, для того, чтобы в будущем пересказать его, написать вопросы для опоры на текст, заполнение таблиц по содержанию. На этом этапе происходит работа со скриптом.

На последнем этапе обучаемым предлагается письменно изложить основную мысль подкаста, определить свое отношение и написать свое мнение в виде эссе или статьи. На каждом этапе работе с подкастами должны быть задания на письмо, помимо говорения, чтения и аудирования.

Использование новых технологий играет важную роль в обучении иностранным языкам на данный момент, поскольку благодаря таким методам можно получать новый, аутентичный материал на любую интересующую тему в языковой среде, тем самым повышая результаты обучения иностранному языку.

Применение сервиса «подкаст» для обучения английскому языку способствует формированию навыков письменной речи у обучающихся, позволяя решать преподавателю комплексные задачи по развитию не только письменной речи, но и других видов деятельности. Это указывает на огромный потенциал подкастов при обучении иностранному языку в целом.

Литература

1. Гальскова, Н.Д. Теория обучения иностранным языкам: Лингводидактика и методика / Н.Д. Гальскова, Н.И. Гез. – Москва: Академия, 2004. – 336 с.
2. Агафонова, Л.И. Дидактико-методические особенности использования подкастов при обучении иностранному языку / Л.И. Агафонова, Ж.С. Аникина // Вестник Томск. гос. пед. ун-та. – 2009. – № 4. – С. 23–27.
3. Сысоев, П.В. Современные информационные и коммуникационные технологии: дидактические свойства и функции / П.В. Сысоев // Язык и культура. – 2012. – № 1. – С. 120–133.

4. Титова, С.В. Мобильное обучение иностранным языкам / С.В. Титова, А.П. Авраменко. – Москва: Издательство Икар. – 2013. – 224 с.
5. Романцова, Г.В. Использование блогов при обучении иностранным языкам / Г.В. Романцова // Актуальные аспекты лингвистического образования в университете для студентов неязыковых специальностей. – 2014. – С. 123–126.
6. Corbeil, J.C. The Macmillan Visual Dictionary. – Москва, 1992. – 862 с.
7. Малушко, Е.Ю. Критерии отбора подкастов для формирования иноязычной аудитивной компетенции у студентов вузов / Е.Ю. Малушко // Научные проблемы гуманитарных исследований. – 2011. – №6. – С. 146–153.

УДК 811.111
ГРНТИ 16.41.21

СРЕДСТВА РЕЧЕВОГО МАНИПУЛИРОВАНИЯ В АНГЛИЙСКИХ РЕКЛАМНЫХ ТЕКСТАХ

MEANS OF LINGUISTIC MANIPULATION IN ENGLISH ADVERTISING TEXTS

А. Кравец

Научный руководитель: Н.В. Крицкая, канд. филол. наук, доцент

Томский государственный педагогический университет, г. Томск, Россия

Ключевые слова: речевое воздействие, внушение, речевая манипуляция, реклама, рекламный текст.

Key words: persuasion, suggestion, linguistic manipulation, advertising, advertising text.

Аннотация. В статье описывается такая разновидность речевого воздействия как речевая манипуляция, ее основные признаки, а также наиболее частотные средства и приемы речевого манипулирования в англоязычной рекламе.

В процессе коммуникации язык выполняет функцию передачи информации, а также является средством воздействия на адресата. Язык позволяет регулировать поведение и эмоции людей, а также их межличностные и социальные отношения. Подобную регуляцию деятельности собеседника посредством речи называют речевым воздействием [1].

На практике речевое воздействие осуществляется с помощью конкретных способов и приемов. Выбор подходящего способа зависит от тех целей и задач, которые ставит перед собой субъект воздействия. К основным способам речевого воздействия относят убеждение, побуждение и внушение [2, 3, 4].

Внушение – это воздействие на подсознание человека, его эмоции и чувства, и, соответственно, на его ум, волю и поведение. Под речевыми манипуляциями понимают намеренное затемнение смысла высказывания с целью изменения ценностных установок в сознании адресата. Следовательно, речевые манипуляции являются разновидностью внушения.

В основе речевого манипулирования лежат такие психологические и психолингвистические механизмы, которые вынуждают адресата некритично воспринимать речевое сообщение, вызывают в его сознании некоторые иллюзии и заблуждения, провоцируют его на совершение выгодных для манипулятора поступков. Таким образом, манипуляция, будучи разновидностью речевого воздействия, имеет следующие основные признаки:

- скрытый характер воздействия, невозможность осознания адресатом происходящего;
- целенаправленное подчинение адресата своей воле, без учета его интересов;
- владение манипулятором определенных техник воздействия;
- организация речи, вызывающая заблуждения в сознании собеседника;
- создание иллюзии самостоятельности принятия решений у адресата;
- отсутствие защитной реакции у адресата [5].

В наши дни манипулирование, в том числе и речевое, встречается в различных сферах деятельности: в политике, педагогике, судебной практике, психотерапии, бытовом общении, журналистике и рекламе. За время своего развития институт рекламы претерпел заметные изменения. Если изначально ведущей являлась информативная функция, то в наши дни реклама – это особый, специфичный тип коммуникации, характеризующийся стремлением оказать воздействие на чувства, мнения, знания, поведение реципиента, что достигается с помощью как невербальных, так и вербальных средств.

Реклама, по мнению исследователей, способна поддерживать или изменять в заданном направлении систему материальных и соответствующих духовных ценностей, создавать искусственный спрос на товары, направлять активность в сферу потребления [6].

Для осуществления подобных изменений необходимы особые способы, приемы и технологии манипулирования. Все они либо искажают информацию, либо ее утаивают. Может происходить также имплицитная или подпороговая подача информации.

Наиболее ярким и интересным приемом манипулирования в рекламе является использование различных лингвистических средств. Рекламный дискурс, с одной стороны, должен оказывать положительное влияние на адресата, а с другой стороны, скрывать истинные намерения рекламодателя, быть привлекательным и понятным. Исследования показывают, что люди лучше воспринимают разговорный стиль, чем возвышенный или официальный. Поэтому рекламе присущ колоритный, образный стиль, претендующий на теплые, дружеские отношения с адресатом.

В современных рекламных дискурсах используются разнообразные средства речевого манипулирования практически всех языковых уров-

ней: фонетического, лексического, грамматического, синтаксического и графического. Ниже представлены наиболее распространенные из них:

– *Рифма* – это повторение звуков в конце слов или фраз. Например, «*We all adore, Kia Ore*». Благодаря рифме, реклама легко запоминается.

– *Аллитерация* повторяет один и тот же согласный звук в исходной позиции в трех или более словах, или же в ключевых словах. Аллитерация позволяет создать определенный эмоциональный фон. Например, фраза «*Performance. Prestige. Passion for Innovation*» содержит звук [p], который создает ощущение торжественности и плавности.

– *Ассонанс* повторяет гласные звуки в большинстве слов фразы или предложения. Например, слоган фирмы Hoover, рекламирующий пылесосы «*It beats as it sweeps as it cleans*». Ассонанс также позволяет создать определенный эмоциональный фон. В данном случае, звукоряд имитирует биение сердца, к тому же, долгий звук похож на звучание пылесоса того времени.

– *Анафора* повторяет одно и то же первое слово или фразу. Ее применяют, чтобы продемонстрировать уверенный эмоциональный настрой. Наиболее удачна она в передаче оптимистичного настроения. Например, «*It runs quick it runs deep*».

– *Эпифора* повторяет последнее слово или слова. Она так же, как и анафора передает уверенность. Но если анафора фиксирует внимание на посылке, то эпифора – на следствии, она отражает некую неизбежность и поэтому реже бывает окрашена в светлые тона. Примером может быть фраза «*You don't have to butter it, jam it, or toast it to taste it*».

– *Эпаналепсис* заканчивается тем же словом, с которого он начинался. Например, «*Your first computer dealer is just as important as your first computer*».

– *Параллелизм* определяется как «повторение языковых паттернов. Например, «*It's longer, it's slimmer, it's surprisingly mild*».

– *Анадиплосис* начинает предложение или фразу с последнего слова или слов предыдущего предложения или фразы. Например, «*Kids and fashion. Fashion for the kids from Oilily*».

– *Метафора* – перенос наименования с одного класса явлений на другой на основе частичного сходства их импликационных признаков, т.е. на основе аналогичного сходства классов.

Метафоры, использованные в рекламных текстах, можно разделить на два основных типа: языковые и визуальные. Вместе с тем следует отметить, что провести между ними четкую границу практически невозможно. В рекламе вербальный текст, как правило, сопровождается иллюстрацией.

Примером может служить известный слоган энергетического напитка *Red Bull* «*Red Bull gives you wings*». Подразумевается, что напиток наделит Вас такой энергией, что Вы будете буквально «летать».

– *Сравнение*

Обычно в рекламе с помощью сравнения устанавливается превосходство одного продукта над другими или выделяются наиболее характерные свойства рекламируемого товара. Сравнение позволяет подчеркнуть преимущества определенного товара перед его аналогами. Это достигается либо с помощью слов, либо с помощью иллюстраций. Часто используются оба способа. «Именно в сравнении выражается основная продающая идея рекламы, заключающаяся в сопоставлении: наше/их, до/после, старое/новое» [7].

Рекламисты используют слова «*like*», «*as*», «*like as*» в английском языке и «*как*», «*будто*», «*словно*» в русском языке для того, чтобы отвлечь адресата от мысли о самом продукте и обратить его внимание на нечто большее, лучшее или просто отличное от рекламируемого объекта. Примером такого сравнения может являться фраза из рекламы апельсинового сока «*Breakfast without orange juice is like a day without sunshine*».

– *Метонимия* – это перенос наименования одного предмета или явления на другой на основе смежности. Компания *Nescafe* использовала данный прием. Их слоган звучит как «*I need a strong one. Nescafe*». Метонимия в данном случае осуществляется путем переноса признаков «силы, крепости (крепкого телосложения)» с образа молодого мужчины, чье фото сопровождает рекламное объявление, на чашечку кофе. Использование модального глагола «*need*», а не более подходящего «*want*», «*would like*», свидетельствует, что именно чашка крепкого кофе Нескафе необходима, чтобы быть таким же сильным и уверенным, как изображенный на фото мужчина [7].

– *Литота и гипербола*

Представляя свой товар как самый лучший, рекламодатели часто используют гиперболу, преувеличивая то или иное свойство/качество объекта, либо противоположный прием – литоту, нарочито преуменьшая отрицательные свойства рекламируемого. Прием литоты, в целом, не характерен для рекламы, но иногда его используют для создания юмористического эффекта [7].

Гипербола в рекламе используется обычно, наоборот, для представления рекламируемых объектов очень большими, для того, чтобы адресат осознал, какие большие преимущества он получит, приобретая рекламируемое. Часто показателями гиперболы являются лексемы «*big*», «*bigger*», «*most*», «*gigantic*». Например, вся реклама продукции Old Spice пестрит гиперболами. Гель для душа не только способен блокировать запахи до 16 часов, но еще может погасить солнце, а потом вернуть на небо в двойном количестве. Всей этой невероятной мощью будет обладать потребитель, стоит только купить.

«Odor blocker body wash is so powerful it can block B.O. for 16 hours. It's so powerful it can turn off the sun. But then it gets too cold so it makes another sun. Double sun poweeeeer!!!!».

– *Персонафикация*

Прием персонафикации – приписывание человеческих свойств и умений неодушевленным предметам позволяет «оживить» товары, сделать их активными участниками рекламной коммуникации: *«Terylene keeps its promises»*. Стиральный порошок, здесь, наделяется способностью давать и выполнять обещания.

«Investica with the aim to Make your Dreams Come True lays the foundation for assisting your in Fulfilling your Child's Dream. This Bumper Ad by Investica App encourages you to Invest in Mutual Funds to achieve your goals through the goal planning and thematic baskets feature». В данном случае приложение для инвестиций способно вдохновлять и закладывать основу ваших действий. Подобные явления в рекламе широко распространены, поскольку привлекают внимание адресата своей необычностью.

– *Эвфемизмы*

Наряду с перечисленными приемами в рекламных дискурсах используются эвфемизмы – эмоционально нейтральные слова или выражения, употребляемые вместо неприличных, грубых или нетактичных слов и выражений. Рекламодатель не может обидеть либо оскорбить адресата, поэтому любая нелюбезная информация заменяется на более нейтральную.

Особенно характерен этот прием для дискурсов, объектами которых являются предметы личной гигиены, туалетные принадлежности и пр. В следующем рекламном купоне магазина, предлагающего одежду больших размеров, такие характеристики клиентов, как полнота, излишний вес обозначены нейтральным выражением: *«Pluss. Choice plus. Size plus. Western wear in plus size for men and women. Big is beautiful»*.

– *Языковая игра или каламбур*

Многозначность и омонимия слов лежит в основе еще одного манипулятивного языкового средства – языковой игры (каламбура) – одной из форм юмора, когда два разных смысла одного слова либо похожих слов актуализируются в акте коммуникации [7].

Языковая игра широко используется в рекламе, она вызывает живой интерес у адресата, желание разгадать намек, загадку, вызванную двусмысленностью слов. Это приносит моральное удовлетворение адресату и положительные эмоции. Каламбуры в рекламе, как правило, кратки, экономичны, информативны, но могут быть немного грубыми или же нести частичку черного юмора, так как это может сделать рекламу запоминающейся. Таким примером может быть рекламный плакат одного развлекательного центра.

«Have some fun. Beat your wife tonight. Then celebrate with some good food and drink with your friends. At your nearby BPA Fun Center – bright, modern lanes that give you air conditioning and open bowling all summer long. And if your wife beats you remember that's your BPA Fun Center provides free lessons. Which is also part of the fun going on at your BPA Fun Center all summer long. Bowling's a ball at your BPA fun Center».

Языковая игра в данном случае осуществляется через многозначность слова «*wife*», которое, помимо прямого значения «жена», несет и сленговое значение «оковы». Основной смысл здесь таков: «*Разбей оковы. Повеселись с друзьями в нашем развлекательном центре. Мы поможем тебе повеселиться, даже если твоя жена тебя бьет*». Однако, прямое значение фразы «*Beat your wife tonight*» – «*Побей сегодня свою жену*» бросается в глаза в первую очередь. Из-за этого создается эффект грубой шутки, возможно даже вызывает смешанные чувства, но именно этот эффект позволяет запомнить рекламу, а, следовательно, и рекламируемый объект.

Таким образом, речевое воздействие англоязычной рекламы связано с изменением индивидуального сознания адресата. В рекламе передача речевого сообщения важна, но не это является основным, ибо главная цель рекламного дискурса, при помощи манипулирования адресатом, побудить к приобретению рекламируемого товара или прибегнуть к предлагаемым услугам.

Литература

1. Гришечко, Е.Г. Определение понятия речевого воздействия и виды этого воздействия / Е.Г. Гришечко // Гуманитарные и социальные науки. – 2008. – № 4. – С. 53–59.
2. Стернин, И.А. Введение в речевое воздействие / И.А. Стернин. – Воронеж: Истоки, 2001. – 252 с.
3. Седов, К.Ф. Дискурс как суггестия: Иррациональное воздействие в межличностном общении / К.Ф. Седов. – Москва: Лабиринт, 2011. – 336 с.
4. Помырляну, Н.А. Речевое воздействие: способы, типы и приемы / Н.А. Помырляну // Известия Южного федерального университета. Филологические науки. – 2013. – №3. – С. 71–78.
5. Копнина, Г.А. Речевое манипулирование: учебное пособие / Г.А. Копнина – Москва: Флинта, 2012. – 170 с.
6. Горлатов, А.М. Гиперакт сообщения в немецкоязычном рекламном дискурсе и объединяемые им речевые акты / А.М. Горлатов // Вестник НГЛУ им. Н.А. Добролюбова. Лингвистика и межкультурная коммуникация. Н. Новгород: ГОУ ВПО НГЛУ. – 2010. – №10. – С. 36–39.
7. Коробова, Н.В. Манипулятивные технологии в современной англоязычной рекламе / Н.В. Коробова // ACTA LINGUISTICA. – Vol. 5. – 2011. – № 1. – С. 86–97.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ НАВЫКОВ ЧТЕНИЯ С ПОЛНЫМ ПОНИМАНИЕМ ПРОЧИТАННОГО НА ОСНОВЕ ТЕКСТОВ ХУДОЖЕСТВЕННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ НА АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

THE IMPROVEMENT OF INTENSIVE READING SKILLS ON THE BASIS OF ENGLISH LITERATURE TEXTS

С.С. Кравцова

Научный руководитель: Н.В. Дубровская, канд. филол. наук, доцент

Томский государственный педагогический университет, г. Томск, Россия

Ключевые слова: совершенствование навыков чтения с полным пониманием прочитанного, классификации видов чтения, содержание обучения чтению, базовые умения чтения, чтение с полным пониманием текста, домашнее чтение.

Key words: the process of reading, the types of reading, the content of teaching reading, basic reading skills, intensive reading, home reading.

Аннотация. В настоящей статье чтение рассматривается не только как отдельный самостоятельный вид речевой деятельности, но и как средство развития языковых и речевых навыков, способствующих совершенствованию коммуникации на иностранном языке. В работе приведены классификации видов чтения, некоторые приемы обучения чтению, этапы работы с заданиями, а также выделены наиболее эффективные упражнения, направленные на совершенствование навыков чтения с полным пониманием прочитанного. Было установлено, что одним из эффективных средств развития навыков чтения, накопления словарного запаса и развития устной речи является домашнее чтение. Для успешного выполнения заданий, связанных с текстом домашнего чтения, необходим тщательный отбор материалов, соответствующих уровню языковой подготовки обучающихся, а также подробные инструкции учителя.

Чтение на иностранном языке является одним из необходимых средств, способствующих эффективному овладению иностранным языком. Процесс чтения, предполагающий сложные мыслительные операции (анализ, синтез, умозаключение и др.) и его результат, связанный с извлечением информации, имеют огромное значение в коммуникативно-общественной деятельности людей. Посредством чтения происходит передача опыта, накопленного человечеством в различных областях жизни, развитие интеллекта, воспитание социально-ценного человека [5, с. 262]. По мнению Е.И. Пассова, Г.В. Роговой, И.Н. Верещагиной, обучение чтению выступает в качестве целевой доминанты при осуществлении иноязычного обучения в средней общеобразовательной школе.

Чтение – это важный вид рецептивной (связанной с восприятием) речевой деятельности, и овладение им как полноценным средством коммуникации на иностранном языке является одной из главных коммуникативных практических целей. Владение чтением предполагает глубокое,

полное понимание иноязычного текста всех литературных жанров и стилей – публицистического, художественного, научного. Для того чтобы чтение успешно выполняло свою роль эффективного средства обучения необходимо, чтобы оно стало для ученика приятным занятием, превратилось в удовольствие [7].

Следующие подходы к классификации чтения с извлечением информации предлагает С.К. Фоломкина: чтение с извлечением основной информации, чтение с пониманием основного содержания, чтение с извлечением всей информации (полной или детальной). По степени проникновения в содержание текста чтение может быть полным и частичным. Необходимо также подчеркнуть, что понимание информации в тексте существует на уровне слова, на уровне фразы и на уровне текста в целом [1].

Говоря о классификации чтения по психологическим особенностям их восприятия, необходимо выделить такие виды, как: переводное и беспереvodное; аналитическое и синтетическое. По условиям выполнения различают самостоятельное и несамостоятельное, подготовленное и неподготовленное чтение, по обилию прочитываемого чтение бывает интенсивное и экстенсивное. Каждый из этих видов имеет своей целью научить извлекать информацию из прочитанного текста [3].

С точки зрения Г.В. Роговой, «... изучить язык вне языковой среды можно только при условии регулярного, ежедневного и обильного чтения».

Практический компонент цели обучения чтению как одному из видов речевой деятельности предполагает развитие у обучающихся умений осуществлять: ознакомительное чтение; изучающее чтение; поисково-просмотровое чтение [7, с. 152].

Аттестационные требования предусматривают достижение до порогового уровня в обучении этому виду речевой деятельности. Содержание обучения чтению включает в себя:

- 1) лингвистический компонент (языковой и речевой материал: систему графических знаков, слова, словосочетания, тексты разных жанров);
- 2) психологический компонент (формируемые навыки и умения чтения на основе овладения действиями и операциями чтения);
- 3) методологический компонент (стратегии чтения) [1, с. 158].

Исходя из исследований И.Н. Верещагиной, О.И. Литвинюк, Г.В. Роговой, основными базовыми умениями, лежащими в основе чтения, являются следующие:

- 1) прогнозировать содержание информации по структуре и смыслу;
- 2) определить тему, основную мысль;
- 3) делить текст на смысловые отрезки;
- 4) отделять главное от второстепенного;
- 5) интерпретировать текст [7, с. 154].

Стоит отметить, что эти базовые умения зависят от цели чтения и, в соответствие с этим, формируют практическую ценность на любой ступени обучения, а на среднем и старшем этапе обучения иностранному языку призваны сыграть существенную роль в овладении чтением как видом речевой деятельности и повышении уровня владения языковой компетенцией. Каждое успешно выполненное задание на развитие навыков чтения повышает интерес обучающихся к дальнейшему изучению иностранного языка. Однако выполнение заданий, направленных на обучение чтению, предусматривает, согласно исследованию в области методики обучения иностранному языку, 3 этапа: предтекстовый, текстовый и послетекстовый [5, с. 242].

На предтекстовом этапе происходит создание мотива чтения и развитие умения прогнозировать, то есть предвосхищать содержание текста, используя заголовки, подзаголовки, иллюстрации к тексту.

На данном этапе могут быть использованы следующие задания:

1) обучающиеся читают заголовок текста, рассматривают иллюстрации к нему и составляют ассоциогамму (схему), заполняя её ассоциациями, возникающими у них ещё до прочтения текста;

2) учитель предлагает обучающимся разбиться на пары, обсудить составленные ассоциации, уточнить свои предположения о теме и содержании текста и о том, как будет развиваться сюжет текста.

Во время текстового этапа обучающиеся непосредственно читают текст. Целью здесь является понимание содержания текста. Обучающиеся читают самостоятельно текст первый раз с установкой проверить свои предположения, сделанные до чтения текста. При повторном чтении текста обучающиеся решают различные коммуникативные задачи. Затем происходит беседа с учителем и чтение вслух некоторых отрывков.

На послетекстовом этапе в качестве цели выступает контроль понимания прочитанного. Размышляя, обучающиеся констатируют смысл, осознают его и анализируют. Размышление начинается как индивидуальный процесс и завершается коллективной беседой под руководством учителя [5, с. 256].

Задания, на контроль понимания прочитанного могут представлять собой следующее:

1) перескажите, расскажите, спишите, докажите;

2) напишите, продолжите, закончите, дополните;

3) найдите эквиваленты, переведите [6, с. 78].

Следует также упомянуть, что чтение является основным путем общения к культуре народа, язык которого изучается. В результате чтения большого количества текстов у обучающегося развивается языковая догадка и языковое чутье, благодаря чему снижается негативное влияние родного языка, что, в свою очередь, облегчает и ускоряет последующее развитие устной речи [4].

Одним из эффективных и распространенных средств развития навыков чтения, накопления словарного запаса и развития устной речи является домашнее чтение. Оно способствует развитию навыков свободного, быстрого чтения.

Для домашнего чтения подбираются задания по тексту, которым всегда предшествуют предтекстовые задания и вопросы, на которые обучающиеся должны найти ответы в ходе чтения произведения. Доступный, понятный язык текстов художественной литературы в сочетании с заданием на поиск определенной информации, а также захватывающий сюжет создают условия для непосредственного понимания текста и развивают скорость чтения [2].

Проблемой в обучении домашнему чтению является методический отбор текстов. В силу определенного уровня сформированности навыков иностранного языка у обучающихся средней ступени и отсутствием дополнительных рекомендованных книг в учебно-методических комплексах тексты для домашнего чтения приходится тщательно отбирать. Могут присутствовать сложные слова, интернационализмы, незнакомые учащимся, но доступные пониманию. Важную роль играет наличие сносок, бокового словаря, иллюстраций, комментариев, знакомящих с историческим и социокультурным опытом, реалиями страны изучаемого языка [8, с. 9].

Как показала практическая педагогическая деятельность, направленная на совершенствование навыков чтения на английском языке, большой воспитательный потенциал несет в себе произведение Марка Твена «Приключения Тома Сойера», которое было предложено обучающимся 6 класса для чтения дома и на уроках английского языка [9]. Практика показала, что чтение этого произведения может быть успешным в 6 классе. К книге прилагается диск, а это означает, что процесс чтения может проходить с одновременным прослушиванием, таким образом, осуществляются зрительно-речемоторно-слуховые связи, что повышает уровень не только навыков чтения, но и слухо-произносительных навыков. А самое главное, такой синхронизм способствует развитию темпа чтения, делению предложений на синтагмы или смысловые словосочетания.

Обучающиеся проявили интерес к данной книге на английском языке, так как содержание соответствует их познавательным запросам и уровню владения иностранным языком. Главный герой произведения Марка Твена – Том Сойер [10], не может не восхищать своей находчивостью, тем, как он преодолевает трудности жизни, стремится к свободе, подвигам. Авторы данной адаптированной книги также предлагают задания, составленные с опорой на имеющиеся знания, умения и навыки обучающихся. В зависимости от уровня класса, были предложены разные темы для обсуждения после прочтения, в соответствии с которыми разрабатывались упражнения на детальное (полное) понимание [8, с. 10–11].

Задания для обучающихся представляли следующее:

1. Пропущенное слово. Обучающимся были представлены отрывки из прочитанного произведения, в каждом из которых было пропущено одно слово. Необходимо было вспомнить или найти его и записать.

2. Комикс. Обучающимся предлагалось изложить содержание главы в виде комикса.

3. Восстановление последовательности. Обучающимся выдавались отрывки из главы произведения. В группах им необходимо было восстановить последовательность событий главы, а затем подробно пересказать её с опорой на эти события.

4. Инсценировка. Обучающиеся были объединены в группы и выбрали любой эпизод из произведения. Затем они самостоятельно под контролем учителя создавали сценарий и готовили сценку на 7–10 минут.

В заключение, можно сказать, что чтение – это сложный процесс, обучение которому должно осуществляться в соответствии с основными подходами, целью и компонентами содержания. Для того, чтобы развивать навыки чтения с полным пониманием текста, следует использовать самостоятельное чтение обучающимися правильно подобранной художественной литературы, которое способствует совершенствованию навыков чтения накоплению словарного запаса и повышению мотивации к дальнейшему изучению иностранного языка в стенах средней общеобразовательной школы.

Литература

1. Колкер, Я.И. Практическая методика обучения иностранному языку / Я.И. Колкер, Е.С. Устикова. – Москва: Academia, 2000. – 258 с.
2. Крупаткин, Я.Б. Об Одном пути к пониманию текстов / Я.Б. Крупаткин // Иностранные языки в школе. – Москва, 1995. – № 2. – С. 67–72.
3. Клычникова, З.И. Психологические особенности обучения чтению на иностранном языке / З.И. Клычникова. – 2-е издание, исправленное. – Москва: Просвещение, 1983. – 207 с.
4. Литвинюк, О.И. Обучение чтению в классе / О.И. Литвинюк // Иностранные языки в школе. – Москва, 1991. – № 3. – С. 59–62.
5. Миролубов, А.А. Общая методика обучения иностранным языком / А.А. Миролубов. – Москва: Просвещение, 1975. – 402 с.
6. Пассов, Е.И. Урок иностранного языка / Е.И. Пассов. – Москва: Просвещение, 1988. – 113 с.
7. Рогова, Г.В., Верещагина, И.Н. Методика обучения английскому языку на начальном этапе в общеобразовательных учреждениях: пособие для учителей и студентов пед. вузов; 3-е изд. – Москва: Просвещение, 2000. – 232 с.
8. Цетлин, В.С. Трудности текстов для чтения / В.С. Цетлин // Иностранные языки в школе. – Москва, 1994. – №3. – С. 9–11.
9. «Spotlight» 6 класс. Английский язык. 6 класс: учебник для общеобразовательных учреждений / [Ю.Е. Ваулина, Дж. Дули, О.Е. Подоляко, В. Эванс]. – 2-е изд. – Москва: Express Publishing: Просвещение, 2008. – 136 с.
10. Twain, M. The adventures of Tom Sawyer / M. Twain – Penguin Books: London, 2003. – 28 p.

**ВОЗМОЖНОСТИ ПЕРЕВОДА ИГРЫ СЛОВ (НА МАТЕРИАЛЕ
МУЛЬТИПЛИКАЦИОННОГО СЕРИАЛА «СИМПСОНЫ»)**

**THE WAYS OF WORD PLAY TRANSLATION (AS EXEMPLIFIED
IN ANIMATED TV SERIES "THE SIMPSONS")**

А.С. Крамаренко

Научный руководитель: Н.В. Крицкая, канд. филол. наук, доцент

Томский государственный педагогический университет, г. Томск, Россия

Ключевые слова: языковая игра, каламбур, комический эффект, стилистический оборот речи, многозначность.

Key words: word play, pun, comical effect, stylistic speech, polysemy.

Аннотация. В данной статье рассматривается проблема передачи игры слов с английского на русский язык. Воссоздание комического эффекта в переводе до сих пор считается непростой задачей даже для опытных переводчиков. Несмотря на существование значительного количества источников, самому понятию «каламбура» уделялось не столь большое внимание. В статье раскрываются процессы перевода игры слов на основе анализа перевода мультипликационного сериала «Симпсоны» на русский язык.

Ничто не отражает национальный характер народа в такой же степени как юмор, и особенно это касается игры слов. Следует отметить, что большинство современных исследователей считает, что источником комического, самой основой юмора, является несоответствие между ожиданием и реальностью. Например, О.А. Черновол-Ткаченко подчеркивает, что «наиболее естественными и распространенными лингвистическими средствами выражения комического являются парадоксы, игра слов, аллюзии, метафоры, художественные сравнения ввиду того, что они обладают двойным значением, а, значит, изначально несут в себе бисоциацию» [1, с. 118].

Прежде чем перейти к непосредственной теме статьи, необходимо коснуться понятия игры слов. Игра слов является одним из самых неоднозначных стилистических приемов в английском языке, и специалисты так и не пришли к единому мнению, стоит ли разграничивать игру слов и каламбур. Зарубежные лингвисты, такие как Д. Поллак, П. Хэммонд и П. Хагс разграничивают эти понятия и используют два самостоятельных термина “word play” (игра слов) и “pun” (каламбур). Согласно данной точке зрения, игра слов основана на многозначности, в то время как каламбур основан на созвучии как разных, так и схожих по написанию слов [2, с. 9].

Некоторые ученые считают, что данные термины обозначают одно и то же явление, и все различия заключаются лишь в сферах их употребления. По мнению А.В. Федорова, «одна из словесных форм выражения

комического – каламбур. В общепринятом кратчайшем определении – игра слов» [3, с. 244].

Многие специалисты, однако, не находят нужным разграничивать эти понятия и считают их синонимичными.

В данной статье мы воспользуемся классификацией, разработанной двумя болгарскими учёными, С. Влаховым и С. Флориным, выделившим лексические, фразеологические и фонетические виды каламбуров [4, с. 287].

Лексическими каламбурами являются единицы, построенные на основных лексических категориях: обыгрывание многозначных слов, каламбуры, построенные на частях слов, а также некоторые особые случаи, такие как термины, имена собственные и аббревиатуры. Стоит отметить, что характерной чертой фонетических каламбуров является преобладание их звуковой стороны над смысловой [4, с. 292].

Итак, чтобы лучше понять и освоить английскую и американскую культуру, необходимо понимать игру слов в нынешней масс-медийной культуре, и для этого мы прибегнем к анализу каламбуров в известном сериале «Симпсоны».

«Симпсоны» (англ. The Simpsons) – американский мультипликационный сериал в жанре ситуационной комедии, созданный мультипликатором и карикатуристом Мэттом Грейнингом. Данный сериал непрерывно выходит с 1989 года по сей день. Мультсериал в сатирическом ключе показывает жизнь семейства Симпсонов, жителей вымышленного городка Спрингфилд, высмеивая многие клише и стереотипы, в частности – стиль жизни «среднего американца», особенности мировых культур в целом, знаменитостей и даже само телевидение. В настоящее время мультсериал известен телезрителям более чем в 100 странах мира.

В данном мультсериале представлено огромное количество каламбуров, но в нашей статье будут подробно рассмотрены только лексические и некоторые фонетические. Поскольку рассматривать каламбуры вне контекста не представляется возможным, к каждому из приведенных примеров будет дано описание событий, происходящих в серии. Для анализа перевода оригинала мы использовали переводы субтитров и студий перевода ColdFilm, VO Production, размещенных на сайте adultmult.ru.

Наш первый пример взят из серии, в которой показана пародия кастинга актеров на роль в кино (30 сезон 1 серия).

(1)

Оригинал	Субтитры	Перевод от ColdFilm	Перевод от VO production
On bones, did you ever have any bones with meat left on them? And if so, where are those bones?	В сериале «Кости» Вам попадались кости с мясом, и если да, то, где они?	В костях бывали кости, на которых оставалось мясо, и если да, то, где те кости?	На костях у Вас когда-нибудь оставались кости с мясом и если да, то, где эти кости?

Данный пример относится к лексическим каламбурам, в оригинале обыгрывается одно и то же значение слова *bone* (*any of the hard parts inside a human or animal that make up its frame* [5]). Все три варианта перевода были выполнены путем буквального перевода, однако, в переводе субтитров автор конкретизировал употребление слова «кости» при первом упоминании, тем самым объяснив комичность каламбура русскому зрителю. Представленный в примере каламбур может быть понят, если реципиенту знаком американский детективный телесериал, посвящён раскрытию преступлений, которые расследует агент из ФБР и антрополог, путем изучения и идентификации костей давно пропавших людей.

(2)

Оригинал	Субтитры	Перевод от ColdFilm	Перевод от VO production
Shelliminated	Обракушились	моллюсключены	моллюсключены

Данный пример взят из серии Симпсонов, где рассказывается о ТВ – шоу на тропическом острове, где участники соревнуются за денежный приз проходя различные испытания (30 сезон 2 серия). Исключая участников из шоу, ведущий трубит в конх (духовой музыкальный инструмент, изготовленный из крупной раковины морского брюхоногого моллюска) и произносит фразу “You’ve been shelliminated”. Shelliminated – лексический каламбур, полученный сложением слов *shell* и *eliminate*. Переводчики VO production и ColdFilm передали игру слов используя калькирование (Моллюск и исключать), в переводе субтитров, использована модуляция, прямой эквивалент *eliminate* – исключать заменили на *облапошиться*, воспользовавшись причинно-следственной связью.

В этом же эпизоде был использован ещё один лексический каламбур, в одном из испытаний участникам предстояло приготовить коктейль из манго. В оригинале есть отсылка к известному коктейлю – «маргарита». Основа названия напитка созвучна с названием напитка.

(3)

Оригинал	Субтитры	Перевод от ColdFilm	Перевод от VO production
Because you failed to salt the rims of your mango-ritas rendering them mango-nothings.	Вы забыли посолить края бокалов, так что это не манго-риты.	Вы не посолили края своих манго-рит и у вас получилось манго-ничего.	Вы не посолили края своих манго-рит, сделав из них манго-ерунду.

В русском языке при первом упоминании напитка было достаточно использовать буквальный перевод, во второй части каламбура наиболее успешным вариантом передачи *mango-nothings* на русский язык можно считать переводом от VO production так как значение слова *nothing* кон-

кретизировали и подобрали удачный эквивалент и благодаря этому сохранился каламбур. В переводе субтитров передана суть каламбура, но утрачена форма из-за чего не отражается вся комичность высказывания. ColdFilm попытались сохранить форму каламбура, но буквальный перевод не отразил необходимой стилистической окраски.

(4)

Оригинал	Субтитры	Перевод от ColdFilm	Перевод от VO production
Geriatric Park	Парк престарелого периода	Парк гериатрии	Парк пенсионного периода

Каламбур взят из эпизода, где у одного из героев сериала возникает идея создать парк для пожилых людей, некий обновлённый формат дома интерната для престарелых (30 сезон 3 серия). В эпизоде отсылаются к научно-фантастическому фильму «Парк юрского периода» 1993 и его последующим сиквелам («Парк юрского периода» 2 и 3 части и «Мир юрского периода»). В английском языке *geriatric* определяется как *someone who is old and weak* [5]. VO Production и автор субтитров применили модулирующую и тем самым сохранили форму каламбура и задуманную в оригинале отсылку. Перевод от ColdFilm основан на другом значении *geriatric* – *relating to the medical care and treatment of old people* [5], что в русском языке означает гериатрию – область клинической медицины, изучающей болезни людей пожилого и старческого возраста, в данном варианте перевода передачу каламбура можно назвать частичной, так как утрачена отсылка к серии фильмов.

Рассмотрим примеры из следующего эпизода. В городе появляется компания по производству беспилотных автомобилей, главный герой сериала – Гомер устраивается туда на работу, но затем у него возникает конфликт, который приводит к судебным разбирательствам (30 сезон 5 серия). Он просит своего друга притворится его адвокатом, так как у Гомера нет средств на настоящего адвоката. В конечном счете Гомер решает ликвидировать компанию и отключает все их автопилотируемые автомобили, которые наполнили Спрингфилд.

(5)

Оригинал	Субтитры	Перевод от ColdFilm	Перевод от VO production
I'm Homer's liar...lawyer.	Я притво...представляю Гомера.	Я его за...защитник.	Я его пивной брат, то есть адвокат.

Данный каламбур относится можно отнести к фонетическим, так как он построен на созвучности слов *liar* и *lawyer*. Во всех трёх вариантах перевода была использована модуляция, но наиболее удачный – вариант перевода в субтитрах. Форма каламбура была сохранена и обыграна

созвучностью слов притворяться и представлять. VO production попытались передать созвучность путем рифмы, но вариант получился слишком громоздким и отдалённым от оригинала. В переводе от ColdFilm утрачена игра слов, а также искажен смысл, так как повтор предлога *za* можно спутать с передачей дефекта речи говорящего. Когда все автомобили с автоматическим управлением остановились, один из пассажиров выкрикнул следующую фразу:

(6)

Оригинал	Субтитры	Перевод от ColdFilm	Перевод от VO production
This autopia has become a not-topia.	Эта утопия стала стопией.	Автопия превратилась в нетопию.	Эта утопия превратилась в нетопию.

Каламбур, несомненно, исходит из контекста самого эпизода, компания по производству автомобилей с автоматическим управлением пыталась создать идеальное общество, где человеку не нужно было прилагать абсолютно никаких усилий для осуществления своих желаний, добавляя частицу *not* перед основой *topia*, автор отсылается к остановке автомобилей и разрушению концепции «идеального общества» компании. Во всех трёх переводах игра слов передана лишь частично из-за использования буквального перевода, в субтитрах в первой части, а в переводах от ColdFilm и VO production из-за буквальной передачи *not-topia* как нетопия.

Следующий пример взят из эпизода с зарисовкой про итальянский семейный ресторан, где главный повар – пожилая женщина, играющая в бинго в свободное время от работы, пока её сыновья работают на кухне, далее представлен её диалог с другим игроком в бинго (30 сезон 7 серия).

(7)

Оригинал	Субтитры	Перевод от ColdFilm	Перевод от VO production
– But all you need is a “g”. – You should be like the “g” in gnocchi...silent!	– Но у Вас осталась одна строчка. – Если не заткнешься, я сварю из тебя пасту!	– Но Вам не хватает только “g”. – Ты будь как “g” в ночи, чтобы я тебя не слышала.	– Но Вам же не хватает только «г». – Сам ты на букву «г», а ну глосни!

Данный каламбур – фонетический, он построен на произношении названия традиционного итальянского блюда *gnocchi* – ньокки, где в английском языке в начале слова буква “g” не произносится. Во всех трёх вариантах переводчики применили модуляцию. В переводе субтитров и варианте от VO production авторы полностью отошли от исходной формы оригинала и смогли передать каламбур на русский язык, однако, в переводе от VO production утрачена отсылка к национальности персонажа.

Переводчик ColdFilm попытался сохранить фонетику каламбура путем транскрибирования.

На основе анализа литературы был сделан вывод, о неоднозначности определения термина «игра слов». В нашем исследовании мы рассматривали игру слов и каламбур как синонимичные понятия. Следует отметить, что единая классификация каламбуров отсутствует. Приведенный выше анализ дает достаточные основания утверждать, что чаще всего для передачи игры слов с английского языка на русский переводчик использует модуляцию, однако, полученный перевод не всегда обладает равноценной комической и эмоциональной окраской.

Литература

1. Черновол-Ткаченко, О.А. Теория бисоциации как инструмент анализа вербального юмора / О.А. Черновол-Ткаченко // Современные подходы к изучению единиц языка и речи и вопросы лингводидактики. – Белгород, 2012. – С. 118–121.
2. Pollack, J. The Pun Also Rises / J. Pollack. – New York: Gotham Books, 2011. – 240 p.
3. Федоров, А.В. Основы общей теории перевода (лингвистические проблемы): учеб. пособие / А.В. Федоров. – Изд. 5-е, перераб. и доп. – Санкт-Петербург: Филологический факультет СПбГУ, 2002. – 416 с.
4. Влахов, С.И. Непереводимое в переводе / С.И. Влахов, С.П. Флорин. – Москва: Международные отношения, 1980. – 334 с.
5. Cambridge English Dictionary [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/>, (дата обращения: 19.04.2019).
6. Adultmult [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://adultmult.ru/> (дата обращения: 22.04.2019).

УДК 81.25
ГРНТИ 16.21.45

МОЛОДЕЖНЫЙ СЛЕНГ КАК СОЦИАЛЬНАЯ РАЗНОВИДНОСТЬ РЕЧИ

YOUTH SLANG AS A SOCIAL KIND OF SPEECH

Е.А. Кувшинова

Научный руководитель: О.В. Щербакова, канд. филол. наук, доцент

Томский государственный педагогический университет, г. Томск, Россия

Ключевые слова: сленг, жаргон, молодежная речь, разновидность речи, сленг геймеров, гейминг.

Key words: slang, jargon, Youth speech, kind of speech, gamer slang, gaming.

Аннотация. В данной научной работе освещены проблемы речевого использования сленга или жаргона, при этом особое внимание хотелось бы обратить на способы заимствования иноязычных понятий и причины проникновения англицизмов в современный язык геймеров.

Язык, как главное средство коммуникации людей, всегда был заманчивым объектом для анализа и изучения. Исследователи как раньше, так и сейчас ищут причины его преобразования в определённых социальных кругах. Ученые пришли к выводу, что в той или иной социальной общности развивается своя разновидность языка, которую принято называть сленгом или жаргоном.

В российской лингвистике существует множество определений понятиям сленга и жаргона. Проанализировав их, можно прийти к выводу, что они все более или менее идентичны друг другу. Рассмотрим понятие «жаргон». В «Кратком энциклопедическом словаре» приведена следующая трактовка: «Жаргон – это социальная разновидность речи, употребляющейся людьми, объединёнными общностью интересов, привычек, занятий, общественного положения» [1, с. 10].

В современной науке все больше внимания уделяется понятию сленга. В российской лингвистике чаще всего приводится определение В.А. Хомякова: «Сленг – это относительно устойчивый для определённого периода, широко употребляемый, стилистически маркированный (сниженный) лексический пласт, компонент экспрессивного просторечия, входящего в литературный язык, весьма неоднородный по своим истокам, степени приближения к литературному стандарту» [2, с. 43–44]. В данном исследовании оба понятия будут употребляться как синонимы. Исходя из этого, данные понятия будут пониматься как социальная разновидность речи, употребляющаяся людьми, объединёнными общими увлечениями, и характеризующаяся экспрессивностью и стилистически сниженной лексикой.

Весь молодёжный жаргон может быть разделён на две обширные группы: общешкольный (ученический) жаргон и жаргон неформальных групп.

Общешкольный жаргон понятен любому человеку в данном классе. Он включает в себя названия школьных предметов, прозвища учителей и учеников, названия оценок и предметов техники, а также наименования типичных ситуаций из жизни обучающихся [3].

В нашем исследовании хотелось бы заострить внимание на жаргонизмах неформальных групп, объединяющих молодежь за пределами школы. Жаргон группы понятен каждому, кто состоит в ней, и совершенно не понятен тем, кто к группе не принадлежит. Изучение этого вида жаргона может дать точное понятие об увлечениях ребенка и о кругах его общения. Жаргон неформальных объединений, в первую очередь, был придуман, чтобы зашифровать сообщение, сделать его понятным только отдельным людям.

Не так давно в нашу жизнь вошел новый вид сленга – компьютерный. Это произошло в конце 80-х годов. С появлением компьютера как незаменимого атрибута современности, в речь вошли новые иноязычные понятия, термины и аббревиатуры, зачастую просто непередаваемые.

Компьютерный жаргон состоит из разговорной речи с множеством англицизмов. Одним из подвидов компьютерного жаргона можно назвать язык геймеров.

Сленгизмы геймеров подразделяются на устные и письменные, т.е. используемые в игровых чатах для коммуникации с членами своей и сопернической команды, или на форумах для свободного обсуждения актуальных вопросов игровой индустрии. Для письменного общения характерны короткие слова и аббревиации, например: сообщение «афк» (от англ. away from keyboard) свидетельствует о том, что игрок на время отошёл от компьютера, а аббревиатуры «длс» или «длц» означают, что речь идет о «downloadable content» (англ.) – загружаемых дополнительных материалах.

В устной речи слова сокращаются реже и употребляются полностью: «баг» (bug) – неполадка; «бафф» (buff) – временное усиление характеристик.

Следует отметить, что в жаргоне геймеров имеется так называемое «производственное ядро» – слова, непосредственно отражающие игровую деятельность: «сапорт» (support) – подмога; «фарминг» (farming) – монотонная добыча ресурсов.

Основная часть слов, составляющих русский игровой жаргон, заимствована из английского языка, при этом в процессе перехода из одного языка в другой, слова зачастую приобретают слово- и формообразующие морфемы, становясь той или иной частью речи. Английскую лексику в молодёжном сленге можно разделить на несколько групп по приобретенным признакам:

1. Заимствования без каких-либо морфологических или смысловых изменений.

Этот способ заимствования грамматически не освоен русским языком. При этом слово заимствуется целиком со своим написанием, произношением и значением. В этом случае слова подвержены ассимиляции: каждый звук в соответствии с фонетическими законами замещается соответствующим звуком в русском языке. Подобные сленгизмы соответствуют всем нормам иностранного языка и чаще всего обозначают устройства и процессы, связанные с электроникой, а также игровые механики и даже названия игр. Например:

«Хотелось бы верить, что они (разработчики) свои игры перевыпустят на ПК, Хеви рейн когда-то была одной из немногих игр, ради которой я был готов купить консоль», [4] – от англ. Heavy rain – ливень, сильный дождь. «Heavy rain» – видеоигра, полностью переведенная на русский язык, но так и не получившая локализацию названия, в России продавалась с английским названием на обложке. Стоит отметить, что такая судьба постигла более 50% игр на рынке («Uncharted», «Mortal Combat», «Battlefield» и др.).

2. Заимствованные слова, получившие русские аффиксы, путём их присоединения к иностранному корню.

В данном случае при переходе термина из иностранного языка в русский, он принимает не только нормы русской фонетики, как и в предыдущей группе, но и правописание с грамматикой. Существительные, например, приобретают падежные окончания:

*«Да, локация хорошая, **лута** там полно, единственная проблема – частые метели»*, [5] – от англ. loot – добыча.

Вследствие того, что исходный язык является аналитическим, а заимствующий синтетическим, имеет место присоединение флексий к глаголам:

*«Идём на лёд, **агрим** волков на себя и ведём их к домику для рыбалки. Волки при таком способе практически всегда **багуются** в стенках домика»*, [5] – от англ. an aggression – агрессия; to bug – «глючить», застревать.

Одной из причин возникновения сленга является необходимость сокращения длинных профессионализмов. В соответствии с этим, существует приём универбизации (сведение словосочетания к одному слову):

*«А может, всё кроется в новом железе пятой **плойки**, как знать, как знать»* [4]. В данной ситуации под «плойкой» подразумевается Sony Play Station – популярная игровая приставка.

3. Русские слова, приобретающие новые значения под влиянием английских.

Не во всех случаях в сленг русских геймеров попадают заимствованные слова. Весьма часто сленговая составляющая языка образуется путём перевода английского профессионального термина. Этот способ включает в себя перевод слова с использованием существующих в русском литературном языке нейтральных слов, которые при переходе приобретают новое, стилистически сниженное значение.

Так как в процессе перевода работает ассоциативное мышление, возникающие ассоциации или метафоры могут быть самыми разнообразными – по форме предмета или устройства: boot-disk – «*бутерброд*», «*бутер*» (загрузочный диск); winchester – «*веник*» (жёсткий диск); motherboard – «*мать*» (материнская плата); hardware – «*железо*» (аппаратура) [6].

Существуют также многочисленные глагольные метафоры, например: *«Ставь **OpenMW**, **пойдёт** даже на слабом железе»*, [4] – от глагола **to run** (бежать, функционировать).

Отметим также, что к этой группе относятся только те слова, которые ранее не обладали сленговым значением.

4. Русские слова, схожие по звучанию с английскими, и использующиеся в том же значении, что и в языке-оригинале.

Фонетическая мимикрия основана на совпадении в произношении семантически несхожих общепотребительных слов и английских ком-

пьютерных терминов. С точки зрения лексикологии – один из самых необычных и интересных методов переноса: laser printer – «лазарь»; button – «батон»; shareware – «шаровары»; device not present – «девица без презента» [6].

Отдельным способом словообразования является случай, когда у слова одна часть – фонетическое подражание, а другая перевод:

«*Девица не готова*» – сообщение англ. Device not ready; «*кыш-память*» – cache memory; «*инструменты демона*» – Daemon Tools [6].

Согласно классификации В.И. Заботкиной, заимствованные лексические единицы можно разделить на:

1. Собственно неологизмы – недавно появившиеся в языке слова, обозначающие новые явления;
2. Трансноминации – новые обозначения объектов, имеющих нейтральное наименование;
3. Семантические переосмысления – слова, уже существующие в языке, но принимающие новое значение [7].

В.И. Заботкина утверждает, что в языке в последнее время преобладают сленгизмы первой группы. По её мнению, это связано с возросшей потребностью общества давать названия новым процессам, предметам и явлениям, возникающим с развитием технологий. В проведённом нами исследовании вырисовалась принципиально другая картина: в современном русском языке среди выделенных лексем преобладают трансноминации, которые заключаются в замене одних слов эквивалентными по значению другими, чаще всего заимствованными. Всего было проанализировано порядка 113 лексических единиц. По результатам нашего исследования, 60% слов, из наиболее часто употребляемых любителями игр в нашей стране, имеют нейтральный эквивалент (диаграмма 1).



Диаграмма 1

Преобладание трансноминаций в компьютерном жаргоне вполне объяснимо. Изобретение интернета позволило получить доступ к любой точке земного шара за считанные доли секунды; миру потребовался язык, который выступил бы как средство коммуникации между многими странами. В гейминге коммуникация между игроками играет огромную роль. От скорости реакции человека, от ёмкости и информативности высказывания говорящего нередко зависит исход виртуальной битвы. Можно провести аналогию с отдачей приказов роте солдат: одним словом командир заменяет целые предложения; в одно слово вкладывается значение нескольких высказываний. Так, в накалённой атмосфере, в самом разгаре сражения, слова редуцируются. Также, не стоит забывать, что, зачастую, в одной команде нередко оказываются игроки с разных концов земного шара: чтобы победить, они вынуждены находить общий язык, которым и выступает английский. К примеру, нейтральное слово «уровень» заменяется на «*левел*», «персонаж» сокращается до «*перс*»; «умение», «навык» становится «*скиллом*», а глагол «оседлать» превращается в «*маунт*» [6].

Итак, процесс обновления словарного багажа происходит очень стремительно, как и развитие самих технологий. Еще двадцать лет назад детей и взрослых приводил в восторг, высвечивающийся на экране набор пикселей, с которым можно взаимодействовать; сейчас в штабах разработки игр всё чаще применяются технологии захвата движения и моделирования виртуальной реальности. Идёт (хоть и гораздо медленнее, чем развитие технологий) процесс смены поколений, и слова, казавшиеся модными лет пять назад, сейчас звучат смешно и выглядят устаревшими. Меняется мода, меняется общество. Некоторые слова просто надоедают, некоторые устареют ещё не скоро. Одно можно сказать точно – пока в мире будет оставаться часть неизученного, пока будут совершаться открытия, они обязательно найдут отражение в языке.

Литература

1. Лекант, П.А. Справочник по русскому языку / П.А. Лекант. – Москва: Изд-во «Оникс», 2006. – С. 9–14.
2. Хомяков, В.А. Введение в изучение слэнга – основного компонента английского просторечия / В.А. Хомяков. – Москва: Изд-во «Либроком», 2009. – С. 43–44.
3. Электронный словарь современного школьного жаргона [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.deafnet.ru> (дата обращения: 20.02.2019).
4. Ежемесячный российский мультиплатформенный журнал и сайт о видеоиграх [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.igromania.ru> (дата обращения: 15.04.2019).
5. Сайт сообщества поклонников игры The Long Dark [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.the-long-dark.fandom.com/ru> (дата обращения: 16.04.2019).
6. Электронный словарь сленга геймеров [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.the-long-dark.fandom.com/ru> (дата обращения: 21.03.2019).
7. Заботкина, В.И. Новая лексика современного английского языка / В.И. Заботкина. – Москва: Изд-во «Высшая школа», 1990. – 124 с.

СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ОБРАЗОВ ЖИВОТНЫХ В КИТАЙСКОЙ И РУССКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРАХ

A COMPARATIVE ANALYSIS OF ANIMAL IMAGES IN CHINESE AND RUSSIAN LINGUOCULTURES

Ли Юй

Научный руководитель: А.В. Гузеева, канд. пед. наук, доцент

Томский государственный педагогический университет, г. Томск, Россия

Ключевые слова: зоофразеологизм, зооним, лингвокультура, языковая картина мира, русский язык, китайский язык.

Key words: zoofraseologism, zoonym, linguoculture, linguistic picture of the world, Russian, Chinese.

Аннотация. В настоящей работе сопоставляются значения некоторых китайских и русских фразеологизмов, содержащих зоонимы «сорока», «бык», «свинья», «собака», «лошадь (конь)». В процессе сопоставительного анализа делаются выводы об общих и специфических чертах зоонимической лексики двух языков, об особенностях формирования языковой картины мира русских и китайцев.

Язык является неотъемлемой частью культуры, а также прямым способом выражения собственного взгляда и оценки происходящего в жизни человека, его окружения. В языке отражается национальная культура и истинное отражение эмоционального мира нации. «Язык – зеркало культуры, в нем отражается не только реальный мир, окружающий человека, не только реальные условия его жизни, но и общественное самосознание народа, его менталитет, национальный характер, образ жизни, традиции, обычаи, мораль, система ценностей, мироощущение, видение мира» [1, с. 13].

С древних времен люди, наблюдая за поведением животных, замечали, что их природные склонности похожи на поведение и отчасти характер человека. Например, китайцы говорят: «трудолюбивый как пчела», соотнося положительное качество человека – трудолюбие с поведением пчелы во время сбора меда. Человеку также свойственно соотнесение с некоторыми образами животных плохих человеческих качеств, например, русские фразеологизмы содержат отрицательную коннотацию зоонима «осел», который символизирует глупого человека: «упрямый как осел; ослиные уши».

Человечеству свойственна полифония взгляда на окружающий его мир: от материального до идеального. Отличаются разнообразием также культурные и социальные факторы, влияющие на мировоззрение человека, такие как образ жизни нации, географические условия проживания, психология, мораль, ценности общества, эстетика и религиозные убеждения.

Нетрудно предположить, что символическое значение образов животных, которые заполняют национальный эмоциональный мир человека, в разных культурах могут как совпадать, так и различаться. Одни и те же животные могут играть разные роли в жизни определенных этносов и оцениваться их представителями по-разному.

Сравним образы некоторых представителей животного мира на основе ФЕ, включенных в онлайн-словари китайского и русского языков [2, 3].

Образ сороки. Русские относятся к сороке неодобрительно из-за ее постоянной трескотни, за ней закрепилась дурная репутация любительницы распространять новости из неофициального источника. Об этом свидетельствуют следующие высказывания: «всякая сорока от своего язычка погибает»; «сорока на хвосте принесла» и «трещит как сорока». Русский фразеологизм «сорока-воровка» символизирует человека, который «нечист на руку». В китайской культуре сорока – предвестница счастья, символ радости. Например, 房上喜鹊叫喳喳 – 好事临头 (на крыше дома сорока трещит, значит, будет что-то хорошее) 喜鹊落头上 – 红运将至 (сорока падает на голову, значит, придет удача). В китайском народном предании, сорока помогает людям осуществить желаемое. Существует фразеологизм 鹊桥相会 (свидание на сорочьем мосту) – построенный сороками якобы по велению Ткачихи через Млечный Путь для свидания с Пастухом. Теперь этот фразеологизм используется, когда идет речь о свидании супругов или влюбленных после долгой разлуки.

Образ быка. С научно-техническим прогрессом ценность быка в обыденной жизни человека значительно уменьшилась. Сегодня тяжелую работу выполняет техника, а не животные. И все же, быки и по сей день играют важную роль в жизни человека, особенно в сельской местности. Не случайно образ быка в китайской и русской лингвокультурах имеет положительную коннотацию. Примером тому являются русские фразеологизмы «здоров как бык»; «работать как вол» и китайские ФЕ: 力壮如牛 (сильный как бык), 像老黄牛一样工作 (работать как старый желтый бык) – о человеке, который неустанно трудится на благо народа. Китайские фразеологизмы содержат и отрицательную коннотацию зоонима «бык», который символизирует глупость человека: 对牛弹琴 (играть на цитре перед быком) – напрасно говорить о чем-либо или доказывать что-то тому, кто не понимает.

Образ собаки. Образ собаки в китайской и русской культурах не однозначен, является амбивалентным. В русской культуре «собака» используется во фразеологизмах для описания отрицательных качеств человека: «жить как кошка с собакой (отражение неуживчивости и нетерпимости)»; «злой как собака»; «как собаке пятая нога (о ком-либо, чём-либо совершенно ненужном, излишнем и бесполезном)»; «собаке – собачья смерть

(о дурном человеке, умершем без покаяния)». Зооним «собака» принимает негативные значения и в китайской культуре: 鸡飞狗跳 (петух летал и собака прыгала) – суматоха, переполох, сумятица; 狼心狗肺 (волчье сердце и собачьи лёгкие) – жестокий, свирепый, бесчеловечный характер; 人模狗样 (человек, а ведет себя, как собака) – внешний облик или поведение не соответствует реальности, выдавать себя, притворяться; 良心被狗吃了 (сердце съела собака) – забывать о добре, сделанном другими и не оплачивать долг. С другой стороны собаки – добрые, удивительные животные. Они помогают людям во многих сферах деятельности, являясь надежными друзьями: выполняют роль ищущих, поводырей, охранников, полицейских псов и т.д. Это выражается в русских ФЕ: «заживает как на собаке»; «собака – друг человека»; «собачья преданность» и в китайских ФЕ: 狗恋旧主 (собака скучает по прежнему хозяину); 儿不嫌母丑, 狗不嫌家贫 (сын не презирает уродливую мать, собака не презирает неимущую семью).

Образ свиньи. Десять тысяч лет назад началось первое одомашнивание свиней в Китае и Юго-Восточной Азии. Языческое восприятие свиньи как символа плодовитости и сытости, присутствует в русском высказывании «жирный, как свинья». Наблюдения за повадками свиньи привели к выявлению носителями русского языка таких признаков, как грязный, невоспитанный и некультурный человек, как в прямом, так и переносном смысле. Например, русские фразеологизмы «грязный, как свинья»; «свинья всегда грязь найдёт»; «посади свинью за стол, она и ноги на стол» говорят о том, кто неряшлив, ведёт себя распушенно, развязно.

В китайской культуре преобладает отрицательное представление о свинье как о глупом, подлом существе: 扮猪吃老虎 (притворившись свиньей, съесть тигра) – вести себя намеренно глупо, чтобы сбить с толку противника и одержать над ним победу; 猪鼻子插大葱, 装象 (свинья вставила лук в нос, прикинулась слоном) – прикидываться тем, кем не являешься, строить из себя; 猪狗不如 (хуже собаки и свиньи) – хуже некуда, последний человек; 一龙一猪 (дракон и свинья) – о полном различии, о людях с разными способностями. Но в китайской культуре свинья символизирует еще и богатство, например, 肥猪拱门 (жирная свинья прибилась к воротам) – о неожиданном везенье.

Образ лошади. Лошадь (конь) наряду с собакой является одним из первых одомашненных животных, играющих до сих пор важную роль в жизни человека. В настоящее время в некоторых сельских районах лошади по-прежнему являются основной рабочей силой и транспортным средством. В русском языке это животное было всегда воплощением трудолюбия, надежности, силы, благополучия и благородства. Фразеологизмы

с зоонимом «конь» передают чувство и ощущение надежности, радости, уверенности: «въехать на белом коне; быть на коне (о победителе)». Имеются фразеологизмы, в которых положительные качества коня – трудолюбие и работоспособность имеют отрицательную коннотацию: «рабочая лошадь; ломовая лошадь; работать как лошадь». В Китае лошадь считается хорошим примером и олицетворяет успех, например, 一马当先 (словно конь, ведущий весь табун) – вырваться вперёд, быть впереди, служить примером; 马到成功 (когда конь придет, добиться успеха) – с ходу добиться полной победы (успеха). Имеются примеры и отрицательной коннотации в китайском. Лошадь является символом глупости и шаматона: 马马虎虎 (конь конь тигр тигр) – спустя рукава, как конь и тигр, у которых нет человеческого остроумия.; 马捉老鼠 (конь ловит мышей) – заниматься не своим делом, суетиться без толку. Образ коня и в русской и в китайской культурах символизирует опыт, опытного человека. Например, русская пословица «старый конь борозды не испортит» и китайская – 老马识途 (старый конь дорогу знает) говорят об опытном человеке.

Таким образом, употребление в речи фразеологических оборотов не только обогащает язык и его эмоциональную окраску, но и формирует национальную языковую картину мира. Сопоставляя значения некоторых китайских и русских фразеологизмов, содержащих зоонимы, приходим к выводу об общих и специфических чертах зоонимической лексики двух языков.

Литература

1. Тер-Минасова, С.Г. Язык и межкультурная коммуникация: учеб. пособие для студентов, аспирантов и соискателей по специальности «Лингвистика и межкультур. коммуникация» / С.Г. Тер-Минасова. – Москва: Слово/Slovo, 2000. – 624 с.
2. 含有动物名称的成语或谚语 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://zhidao.baidu.com/question/79047452.html> (дата обращения: 05.04.2019).
3. Федосов, И.В. Фразеологический словарь русского языка / И.В. Федосов, А.Н. Лапицкий [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://getword.ru/ru/slovari.php?table=fraz_fedosov (дата обращения: 12.04.2019).

ГАЗЕТНО-ПУБЛИЦИСТИЧЕСКИЙ СТИЛЬ: КЛАССИФИКАЦИЯ ЖАНРОВ И ОСОБЕННОСТИ ЯЗЫКОВЫХ СРЕДСТВ

NEWSPAPER AND PUBLICISTIC STYLE: CLASSIFICATION OF GENRES AND FEATURES OF LANGUAGE MEANS

А.С. Лукина

Научный руководитель: Н.В. Крицкая, канд. филол. наук, доцент

Томский государственный педагогический университет, г. Томск Россия

Ключевые слова: газетно-публицистический стиль, газетный стиль, публицистический стиль, газетные жанры, публицистические жанры, стилистика газетных жанров, стилистика английского языка, особенности языковых средств.

Key words: newspaper and publicistic style, newspaper style, publicistic style, genres of newspapers, genres of publicistic, stylistics of newspaper genres, English stylistics, features of language means.

Аннотация. Современное общество трудно представить без средств массовой информации, которые в значительной мере регулируют общественную и политическую жизнь. Тексты газет и журналов всегда представляли огромный интерес для лингвистических наблюдений, поскольку пресса всегда была и остается средством констатации, хранения и распространения различных ярких языковых явлений. В исследовании приведена общая классификация жанров газетно-публицистического стиля, а также наиболее яркие языковые средства, используемые в текстах газет и журналов. На основе разобранных классификации и примеров стилистически окрашенной лексики сделаны выводы, что для переводчика материалы газетно-публицистического стиля – это трудоемкий и творческий процесс.

Современное общество трудно представить без средств массовой информации, которые в значительной мере регулируют общественную и политическую жизнь. Важнейшие функции газетно-публицистического стиля – информационная и эстетическая, а также функция убеждения. Тексты газет и журналов всегда представляли огромный интерес для лингвистических наблюдений, поскольку пресса всегда была и остается средством констатации, хранения и распространения различных ярких языковых явлений.

Возникновение того или иного жанра обусловлено потребностью общества. Появление первых газет, журналов, любой публицистики связана с появлением информационных запросов различных социальных групп, в основном, в европейских странах. Например, с возникновением мирового рынка торговцам была необходима информация о производстве товаров, о торговых путях, о прибытии кораблей с заграничными товарами, о государственных делах и т.д., так возник жанр заметки. Памфлеты появились в результате противоречий протестантов и католиков в Европе,

усиления власти буржуазии. Так в течение многих лет зарождались и формировались различные жанры публицистики. Этот процесс продолжается и в современном мире.

Система функциональных стилей постоянно развивается, границы некоторых из них определить нелегко, а стили иногда трудно отличить от жанров. Эти трудности особенно заметны, когда дело касается стиля газет. Само понятие газетно-публицистического стиля достаточно спорное. Существуют разные подходы к его определению: одни выделяют только газетный, другие – газетный и публицистический, третьи – газетно-публицистический. Например, по мнению И.Р. Гальперина, внутри газетного стиля существуют 1) стиль газетных сообщений, заголовков и объявлений, которые и составляют существо газетного стиля, и 2) стиль газетных статей как разновидность публицистического стиля, куда так же входят ораторика и эссе [1, с. 347]. Последние особенно интересны для лингвистических исследований, так как содержат ярко окрашенную лексику. В.В. Виноградов, советский лингвист и литературовед, считает, что «разные функциональные стили речи находятся в живом соотношении и взаимодействии» [2, с. 82]. А.Н. Мороховский, автор учебника по стилистике английского языка, выделяет публицистический стиль, а внутри него – газетный [3, с. 53].

Проанализировав различные классификации, мы будем придерживаться понятия газетно-публицистического стиля, в котором можно выделить несколько жанров:

1. Информационные жанры:

– **информационная заметка, хроника** – это короткие новостные сообщения, в которых указывается время, место, событие, и используются разные формы глагола [4, с. 33]:

состоялся, открылся, соберется, продолжается и т.д.

Вчера в Русском музее открылась выставка. Сегодня в Москве обсуждаются вопросы, связанные с ... Завтра Верховный суд продолжит работу.

An exhibition opened at the Metropolitan Museum yesterday. Today in New York are discussed issues related to... Tomorrow the Supreme Court will continue to work;

– **репортаж**. В этом жанре повествование о событии ведется одновременно с самим действием. Особенности: глаголы настоящего времени, местоимения «я» и «мы», авторский комментарий и т.д. [4, с. 33].

Сейчас мы находимся в конференц-зале. Я вижу, что команда уже на поле. Сейчас президент начнет выступление;

– **интервью (информационное)** – жанр в форме диалога: журналист и лицо, которое отвечает на его вопросы;

– **отчет;**

– **обозрение;**

2. Аналитические жанры – основанные на анализе, а именно:

– **аналитическое интервью.** Диалог о проблеме в форме вопрос-ответ;

– **статья.** Здесь обычно представлены результаты серьезного исследования проблемы или события. Отличительные признаки – логичность, рассудительность: от утверждения к его обоснованию. Синтаксис: союзы и вводные слова, поддерживающие логическую связь. Лексика: термины, слова с отвлеченным значением. Но зачастую рассуждение эмоционально раскрашивается. Для этого жанра характерно сочетание книжной и разговорной лексики [4, с. 34];

– **комментарий;**

– **рецензия;**

– **обзор;**

– **корреспонденция.** В этом жанре говорится не о каком-то единичном факте, как в заметке, а о ряде фактов, которые подвергаются анализу, выясняются причины, происходит оценка, делаются выводы. Объем сообщаемого материала достаточно широк, привлекаются разнообразные языковые средства, присутствует индивидуальная манера письма [4, с. 35];

3. Художественно-публицистические жанры. Они включают в себя черты газетно-публицистического и литературно-художественного жанров:

– **фельетон.** Статья в газете или журнале на злободневную тему, высмеивающая или осуждающая какие-либо недостатки, например:

«Письма к тетеньке» М.Е. Салтыкова-Щедрина, Виктория Минаева «Идите... в газету!», фельетон (журнал Клаузура), классические фельетоны Зигфрида Кракауэра или Альфреда Полгара;

– **памфлет** – злободневное произведение сатирического характера. Цель – социально-политическое обличение кого- или чего-либо, например:

антифашистские памфлеты Г. Манна и Э.Э. Киша, современные памфлеты В. Третьякова («Независимая газета»), А. Минкина («Новая газета»), М. Стуруа, М. Дейч («Московский комсомолец»), В. Шендеровича (НТВ, «Столичные анонсы»), А. Черкизова («Эхо Москвы»);

– **очерк** – образное и конкретное представление проблемы или факта. Очерк может быть:

проблемным (рассуждения);

портретным;

событийным (повествование о событии);

путевым (описание путешествия);

– **эссе** – сочинение небольшого объема по какому-либо частному вопросу, написанное в свободной, индивидуально-авторской манере изложения [4, с. 40].

Газета – это средство информации и средство убеждения. Она рассчитана на массовую и притом очень неоднородную аудиторию, которую она должна удержать, заставить себя читать. Газеты обычно читают в условиях, в которых достаточно трудно сосредоточиться: в автобусе, поезде, метро, за завтраком, после работы, в обеденный перерыв и т.д. Поэтому необходимо так организовать информацию, чтобы передать ее быстро, сжато, сообщить основное, даже если заметка не будет дочитана до конца, и оказать на читателя определенное эмоциональное и побудительное воздействие [5, с. 202].

В связи с разнородностью жанров и разнообразием их задач, система языковых средств в газете также разнородна. Вместе с тем, можно выделить ряд существенных общих признаков. Газетные сообщения обычно читаются быстро, поэтому журналисту и читателю удобно пользоваться повторяющейся лексикой. Так появляются **газетные штампы или клише**:

Vital issue, general disarmament, nuclear free zone, cold war, arms race, champion of peace, without permission.

*CNN reports that the reports that the RC-125 Five Joint evaded the **Russian militaries** by flying into **Swedish airspace without Sweden's permission** [6].*

– При исследовании газетной лексики многие авторы отмечают большой процент **абстрактной лексики**, например:

Beauty, curiosity, weather, respect, warmth, charity, belief, gravity;

– **просторечий**:

wannabe (человек, желающий быть похожим на какую-либо известную личность)

Elvis Presley wannabes gathered yesterday at the annual Elvis's fest.
Поклонники Элвиса Пресли собрались вчера на ежегодном фестивале Элвиса.

gotta (=have to – должен)

You know what they say, you've gotta spend money to make money!

Знаете, как говорят, сначала вы должны потратить деньги, чтобы сделать деньги! [6];

– **аллюзий**:

– *Хлеба по осени считают* («Российская газета», №197, 2011); *Невест по осени считают* («Российская газета», №179, 2010), – *Дурак дурака видит издали* («Моё», №40, 2012), – *Сытый пассажир голодного диспетчера не понимает* («Труд 7», №188, 2012), – *Что делать?* («Коммуна», №58, 2010), – *Не ходите, воины, в Африку гулять* («Моё», №32, 2011) [7];

– **трансформаций устойчивых выражений**:

«За океаном же хорошо, ведь у них есть НХЛ – национальное хоккейное лекарство от депрессии» («Прессбол», №130 (1888) от 4.11.2005). *«Усилиями чешской гвардии «Рейнджерс» пошел на поправку – пенсильванский воз и ныне там»* («Прессбол», №130 (1888) от 4.11.2005) [7];

– **антонимических конструкций:**

Dead/alive мертвый/живой, not young/not old немолодой/нестарый – old старый, married женатый – single холостой, true истинный – false ложный, buy покупать – sell продавать, win выиграть – lose проиграть;

Вокруг ее шеи обвилась змея, а снимок был сделан, словно через дырку в ткани, отделяющей мир живы от мира мертвых;

Пусть свободный и открытый рынок идей поможет разобраться, где истина, а где ложь [7];

– **метафор:**

He puts his thoughts in right words. Он грамотно выражает свои мысли. Vladimir Putin gave such an idea – Такую идею подал Владимир Путин.

In the process, a degree of realism may be restored to markets where the combination of financial alchemy and hubrished led many to believe that asset prices only go up in value. (Newsweek, August 20, 2007)

Bush's advisers and supporters say he has a "long-term" strategy designed to peak early next year and then carry him through a potentially long nominating contest. (The Washington Post, August 19, 2015) [6];

– **каламбуров:**

Without geometry life is pointless (Без геометрии – жизнь бессмысленна). Однако «альтернативное» прочтение предложения подсказывает иной смысл: Без геометрии – в жизни нет точек (где точка воспринимается как атрибут геометрии).

Seven days without water make one weak с двумя вариантами ее понимания на слух: Семь дней без воды делает (человека) слабым и Семь дней без воды составляют неделю. Слова weak (слабый) и week (неделя) являются омофонами [6];

– **неологизмов:**

Weblish (Web+[English), digispeak (digi|tal^speak), amerasian (American|+Asian), bookaholic – любитель чтения книг, cyberaddiction – пристрастие к интернету, docudrama – докудрама, документальная драма (телевизионный фильм, основанный на реальных событиях) [6];

– **замена простого глагола фразеологизмом:**

have an appointment – назначать встречу, have a meeting – назначать встречу, have no conscience – не иметь совести, give up – сдаваться, прекращать, find out – выяснить, узнать, go on – продолжать, come across – наткнуться, случайно найти;

– а также использование **настоящего времени вместо прошедшего**, чтобы создать эффект того, что действие происходит сейчас.

Все эти стилистические особенности работают на выполнение основных функции газетно-публицистического стиля. Конкуренция с интернет-материалами вынуждают журналистов искать новые, запоминающиеся речевые ресурсы, а также оттачивать владение традиционными лингвистическими приемами.

Все вышесказанное говорит о том, что перевод материалов газетно-публицистического стиля – это вызов для переводчика. В конечном счете, читатель переводного материала должен получить полный объем неискаженной информации в возможно наиболее близкой стилистической оболочке. Именно поэтому газетно-публицистические материалы, дающие самый современный, актуальный и свежий срез языка в действии, представляет огромный интерес для переводоведческих исследований.

Литература

1. Гальперин, И.Р. Очерки по стилистике английского языка / И.Р. Гальперин. – Москва: Издательство литературы на иностранных языках, 1958. – 448 с.
2. Виноградов, В.В. Итоги обсуждения вопросов стилистики / В.В. Виноградов // Вопросы языкознания, 1955. – №1. – С. 82.
3. Мороховский, А.Н. Стилистика английского языка / А.Н. Мороховский, О.П. Воробьева. – Киев: Вища школа, 1984. – 241 с.
4. Тертычный, А.А. Жанры периодической печати: учебное пособие / А.А. Тертычный. – Изд.2-е. – Москва: Аспект пресс, 2002. – 312 с.
5. Арнольд, И.В. Стилистика современного английского языка. (Стилистика декодирования): учебное пособие для педагогических институтов по специальности «Иностранные языки» / И.В. Арнольд. – Издание 3-е. – Москва, 1990. – 300 с.
6. <https://www.english-corpora.org/coca/> (дата обращения 01.04.2019).
7. <http://www.ruscorpora.ru/> (дата обращения – 02.04.2019).

УДК 811.511.142
ГРНТИ 16.41.25

ИСТОРИЯ ИЗУЧЕНИЯ ИДИОМА ВОСТОЧНЫХ ХАНТЫ THE HISTORY OF THE STUDY OF THE EASTERN KHANTY IDIOM

Я.Ю. Малькова

Научный руководитель: В.В. Воробьева, канд. филол. наук, доцент

*Томский государственный университет,
Томский политехнический университет, г. Томск, Россия*

Ключевые слова: хантыйский язык, восточные диалекты, история исследований.

Key words: Khanty language, Eastern dialects, history of researches.

Аннотация. В статье в хронологическом порядке отражены основные результаты научно-исследовательских работ по изучению языка народа ханты с девятнадцатого века по настоящее время. Освящено содержание экспедиций, проведенных сотрудниками Лаборатории лингвистической антропологии филологического факультета Томского государственного университета. Выявлены основные направления исследовательской деятельности языковедов-современников.

Для носителей хантыйского языка характерна значительная географическая разрозненность, в связи, с чем в нем выделяют множество диалектов, отличающихся друг от друга фонетикой, морфологией и лексикой.

В соответствии со сторонами света выделяют восточную, северную и южную группы, последние из которых имеют много общего, в частности, в области фонетики, поэтому их принято относить к западной группе [1]. На диалектах, относящихся к восточной группе, говорят по берегам среднего течения Оби и ее притоков. С точки зрения типологии, каждый диалект восточных ханты определяется набором уникальных морфологических особенностей, исследования которых были начаты в девятнадцатом веке и продолжают по сегодняшний день.

Первые сведения о языке ханты принадлежат М.А. Кастрену (1813–1852). В 1845 г., плывя по р. Иртыш, а затем – по р. Обь, он познакомился с южными и восточными диалектами народа ханты. Позднее по своим записям он составил небольшой словарь и краткую грамматику, однако более детально поработать над собранным материалом ему не удалось по причине тяжелой болезни.

Во второй половине девятнадцатого века многие ученые ездили в научные экспедиции в Западную Сибирь, в частности, К. Папай, Я. Янко, Ф. Мартин, У.Т. Сирелиус и А.А. Дунин-Горкавич. К. Папай был этнографом, его работа заключалась в записи названий предметов национального быта информантов, а также мифологических существ и праздников. На основании собранного материала К. Папай, Б. Мункачи подготовил к печати словарь южно-остяцкого наречия [2], который содержал в себе преимущественно лексику васюганского и ваховского диалектов.

Летом 1898 г. в рамках научной экспедиции по древней венгерской истории Я. Янко проплывал по р. Демьянка, р. Салым, р. Малый Васюган и р. Большой Васюган. Его дневник с записями этнографического, антропологического и археологического характера был опубликован спустя более века с момента экспедиции и имел определенную языковую ценность. Словарный материал из дневника с указанием диалектной принадлежности слов был издан отдельно [1].

В 1898 г. отправился в экспедицию У.Т. Сирелиус, в рамках которой он побывал в самых восточных территориях расселения народа ханты – р. Вах и р. Васюган [3]. В 1899 г. У.Т. Сирелиус добрался до сургутских земель, однако по сегодняшний день его записи не опубликованы и хранятся в рукописном виде в Национальном музее Финляндии [1].

А.А. Дунин-Горкавич, будучи чиновником, попал в Западную Сибирь в 1880 г. Он был заинтересован языком коренных народов. По результатам проведенной работы, А.А. Дунин-Горкавич выпустил русско-хантыйско-ненецкий словарь, который в дальнейшем был опубликован К. Доннером в сопровождении нескольких самодийских словарей [4].

В конце девятнадцатого века сбором языкового материала занимались К.Ф. Карьялайнен (1871–1919) и Х. Паасонен (1865–1919). В частности, К.Ф. Карьялайнен в своей экспедиции в Сибирь (1898–1902 гг.) занимался сбором лексики, текстов, грамматических парадигм, а также

разнообразных мифологических преданий народа ханты. Морфологические заметки К.Ф. Карьялайнена по ваховскому, васюганскому и трюмоганскому диалектам имели определенную научную значимость, в то время как большой акцент ученым был сделан на изучение фонетики и лексики собранного языкового материала. В связи с ранней смертью языковеды не успели при жизни опубликовать свои рукописи: материалы, собранные Х. Паасоненом опубликованы К. Доннером [5], а материалы К.Ф. Карьялайнена – Тайвоненом [6]. Обработкой оставшегося языкового наследия занималась Э. Вертеш [7, 8]. Подготовка к печати восточно-хантыйских рукописей была реализована М. Чепреги [1].

Значимая роль в создании письменности народа ханты принадлежит В. Штейницу (1905–1967). Им были разработаны несколько вариантов письменности казымского диалекта, послужившие основой алфавитов других диалектов. Материал о хантыйской культуре и языковые данные, собранные В. Штейницем, были опубликованы после смерти ученого его последователями [9, 10].

Изучение ваховского диалекта хантыйского языка связано с именем Н.И. Терешкина (1913–1986) – первого лингвиста из народа ханты. В 1961 г. вышли очерки ваховского диалекта, состоящие из грамматической части, текстов и краткого словаря. В 1981 г. опубликован словарь, содержащий лексику восточной группы. В 1997 г. на основе словаря Н.И. Терешкина вышел русско-хантыйский словарь ваховского диалекта, составленный В.И. Сподиной [1]. Одой из самых талантливых студентов Н.И. Терешкина была А.С. Песикова (род. 1951) – в настоящее время она является специалистом, владеющим достоверными знаниями по филологии сургутского диалекта. В то же время она являлась одним из информантов исследователя Л. Хонти (род. 1944), зимой 1976–1977 гг. изучавшего хантыйские диалекты в Институте народов Севера [1].

В 1950–1960-х гг. Л.И. Калинина собирала материал по топонимии Васюгана, а также сказки и прозаические рассказы васюганских ханты, впоследствии опубликованные с переводом на русский язык [1]. Изучением васюганского диалекта хантыйского языка занимается А.Ю. Фильченко, ученик известного лингвиста О.А. Осиповой. Под его руководством, начиная с конца двадцатого века, было совершено несколько экспедиций к местам проживания васюганских и юганских ханты сургутского наречия. По результатам полевых исследований была опубликована грамматика восточных диалектов [11], основанная преимущественно на васюганском диалекте. В 1992 г. венгерским этнографом З. Надя и заведующей Лаборатории языков народов Сибири Томского государственного педагогического университета А.А. Ким была предпринята экспедиция к местам проживания васюганских ханты, в ходе которой носитель васюганского диалекта М.К. Могутаев предоставил рукописи, собираемые ими на протяжении более двадцати лет и содержащие записи лексем родного языка.

В течение последних двух лет сотрудниками Лаборатории лингвистической антропологии филологического факультета Томского государственного университета было предпринято три экспедиции в места проживания васюганских и ваховских ханты с целью сбора лингвистического материала. Первая экспедиция проходила с 29.04.2017 г. по 04.05.2017 г. в Новоюгинское поселение Каргасокского района Томской области, в ходе которой были найдены информанты васюганского диалекта хантыйского языка. По результатам общения записаны несколько частушек, парадигм спряжения более десяти глаголов и опросник по предикативной посессивности, после обработки, которых выявлены характерные для данной местности диалектные особенности. Вторая – с 16.07.2017 г. по 26.07.2017 г. в места проживания ваховских ханты (по берегам р. Вах и р. Корлики), в ходе которой велась работа с 19-ю информантами – носителями ваховского диалекта хантыйского языка, были записаны хантыйские сказки, фольклорные и прозаические тексты, а также редкая лексика, отличающая диалект ваховских ханты. Третья – с 21.08.2018 г. по 28.08.2018 г. в национальное село Корлики Нижневартовского района Ханты-Мансийского автономного округа-Югры, в ходе которой собраны записи от 12-ти информантов, характеризующие современное состояние языка, культуры и быта ваховских ханты: сказки, морфологические парадигмы и тематические опросники.

В то же время стоит отметить, что исследования языка народа ханты, охватывающие более ста лет, проводились разрозненно, и собираемая информация не структурировалась надлежащим образом. В связи, с чем задачей сегодняшнего дня является разработка и практическое применение средств методологии в исследовательской деятельности языковедов-современников [12], и последовательное систематическое представление полученных результатов.

Таким образом, можно заключить, что изучение обско-угорских языков и, в частности, восточных диалектов хантыйского языка привело к значительным достижениям в области уральской лингвистики и типологии.

Исследование выполнено при финансовой поддержке Министерства образования и науки Российской Федерации (грант № 14.Y26.31.0014) в рамках реализации научно-исследовательского проекта «Языковое и этнокультурное разнообразие Южной Сибири в синхронии и диахронии: взаимодействие языков и культур».

Литература

1. Чепреги, М. Сургутский диалект хантыйского языка / под ред. Н.Б. Кошкаревой; редактор хантыйского текста А.С. Песикова; перевод на русский язык Т.А. Ефремова. – Ханты-Мансийск: ООО «Печатный мир г. Ханты-Мансийск», 2017. – 275 с.
2. Papai, K., Munkacsi, B. Deli osztjakszojegyzek. Nyelvtudomanyi Kozlemenyek 26. 1896. P. 9–66. (UgorFuzetek 12).

3. Sirelius, U.T. Reise zu den Ostjaken. Ubersetzt und herausgegeben von Ingrid Schellbach. Travaux ethnographiques de la Societe Fenno-Ougrienne XI. Helsinki, 1983.
4. Donner, K. Samojedische Worterverzeichnisse. Memoires de la Societe Finno-Ougrienne 64. Helsinki, 1932. – P. 150–164.
5. Paasonen, H., Donner, K. Ostjakisches Wörterbuch nach den Dialekten an der Konda und am Jugan. Lexica Societatis Fenno-Ugricae 2. Helsingfors, 1926. – 334 p.
6. Karjalainen, K.F., Toivonen, Y.H. Ostjakisches Wörterbuch. Lexica Societatis Fenno-Ugricae X/I-II. Helsinki, 1948. – 1199 p.
7. Karjalainen, K.F., Vertes, E. Grammatik der ostjakischen Mundarten. Memoires de la Societe Finno-Ougrienne 128. Helsinki, 1964. – 341 p.
8. Paasonen, H., Vertes, E. Ostjakische Grammatik der Dialekte an der Konda und am Jugan // Journal de la Societe Finno-Ougrienne 66. Helsinki, 1963. – 96 p.
9. Steinitz, W. Dialektologisches und etymologisches Wörterbuch der ostjakischen Sprache. 1–14. Lieferungen, Berlin: Akademie Verlag. 1967–1991. – 2023 p.
10. Steinitz, W. Ostjakische Arbeiten I-IV. Budapest: Akademiai Kiado; Berlin: Akademie Verlag; Den Haag, 1975–1989. – 468+320+641+493 p.
11. Фильченко, А.Ю. Аспекты грамматики восточно-хантыйских диалектов. Томск: Изд-во ТГПУ, 2010. – 553 с.
12. Малькова, Я.Ю. Перспективы развития хантыйской письменности // Наука и образование: Всероссийский фестиваль науки НАУКА 0+. XXII Международная конференция студентов, аспирантов и молодых ученых «Наука и образование», Томск, 16–20 апреля 2018: В 5 т. – Т. 2: Филология. Ч. 3: Актуальные проблемы лингвистики и методики преподавания иностранных языков / ФГБОУ ВО «Томский государственный педагогический университет». – Томск: Изд-во Том. гос. пед. ун-та, 2018. – С. 170–173.

УДК 372.881.111.1

ГРНТИ 16.31.51

ПРОБЛЕМА УЧЕТА ГЕНДЕРНОЙ АСИММЕТРИИ В МАТЕРИАЛАХ УЧЕБНЫХ ПОСОБИЙ ПО ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ

THE PROBLEM OF GENDER ASYMMETRY ACCOUNTING IN FOREIGN LANGUAGE EDUCATIONAL MATERIALS

Н.В. Меркулова

Научный руководитель: А.А. Ким, д-р филол. наук, профессор

Томский государственный педагогический университет

Ключевые слова: гендер, английский язык, учебные материалы, учебные тексты, языковое обучение, иноязычная картина мира.

Key words: gender, the English language, educational materials, educational texts, language education, language picture of the world.

Аннотация. В статье рассматривается содержание учебных материалов по английскому языку с точки зрения гендерной проблематики. Описывается роль учебных текстов, их восприятие и влияние на формирование иноязычной картины мира обучающихся, а также проблема интерпретации и адаптации учебных текстов преподавателями. Рассмотрены данные контент-анализа некоторых учебных пособий и предложены способы работы с пробелами в области эмпирического исследования применения учебных материалов преподавателями.

Abstract. The article discusses the content of the English language educational materials from a gender perspective. The role of educational texts, their perception and influence on the formation of a foreign language picture of the world of students, as well as the problem of teachers' interpretation and adaptation of educational texts are described. The data of content analysis of some textbooks is considered, and the ways of working with empirical research gaps on the use of teaching materials by educators are proposed.

На протяжении последних десятилетий в лингвистике активно развиваются новые направления исследований, базирующиеся на антропоцентрическом подходе к изучению языковых явлений. Среди таких направлений особое место занимают гендерные исследования, которые в настоящее время вызывают все больший интерес ученых-лингвистов.

Итак, термин «гендер» (англ. – *gender*) является основополагающим в данной области исследований. Самое первое, наиболее абстрактное, но до сих пор признаваемое определение гендера принадлежит Э. Оукли, которая пояснила, что «пол» (англ. – *sex*) является словом, соотнесённым с биологическими различиями между мужчиной и женщиной, в то время как «гендер» (англ. – *gender*) является культурным явлением, подразделяющимся, согласно социальной классификации, на «маскулинное» и «фемининное» [1].

В 1990-е годы понимание гендера в социальном смысле радикально изменилось. Специфицированные определения гендеру дают психологи, социологи, лингвисты и педагоги (С. Бем, Н.И. Абубикирова, Д.В. Воронцов, Л.В. Градусова и др.). Суммируя и обобщая их дефиниции, можно заключить, что термин «гендер» применяется в тех случаях, когда необходимо подчеркнуть социально- и культурно-обусловленные различия между мужчинами и женщинами, и дать целостную психическую репрезентацию пола, наполненную познавательным и поведенческим смыслом, полученную человеком в процессе обретения личного опыта [2].

Несмотря на то, что сейчас гендерная проблематика представляет собой постоянную, хоть иногда и второстепенную область интересов исследователей и практиков в области языкового образования, гендер иногда рассматривается в устаревшем понимании, что приводит к чрезмерному упрощению и обобщению. В частности, во многих исследованиях, акцентирующих свое внимание на содержании учебников по иностранному языку, женщины и девочки иногда просто представлены как жертвы гендерной дискриминации и мужского доминирования. Однако, эта картина далека от полной и может ввести в заблуждение преподавателей [3].

Место учебников в общении с обучающимися невозможно переоценить, особенно потому, что учебники часто рассматриваются субъектами учебного процесса как авторитетные, и поэтому могут влиять на значительно большую и впечатлительную аудиторию [4], [5].

Кроме того, учебники служат «средством, облегчающим интеграцию контента об этнически, расово и культурно разнообразных группах населения» [6]. Всякий раз, работая с текстом, читатель интерпретирует его и строит смысл. Некоторые исследователи сравнивают преподавание языка со строительством дома: «текст представляет наш материал следовательно, плохой материал – плохая постройка» [7].

Учебники, на которых обучающиеся постоянно концентрируются во время занятий, при выполнении домашних заданий или проектов, а также при подготовке к экзамену, оказывают влияние с точки зрения качества образования. Ученики получают свое представление о культуре носителей изучаемого языка, их социального равенства и национального единства. На базе этих представлений формируется иноязычная картина мира. Подчеркивая это, Пулу, Трейхлер и Фрэнк заключили, что лингвистический сексизм в учебниках создает действительно вредные и разрушительные педагогические последствия [8], [9].

Роль, которую играют учебники в обучении учащихся, привлекла внимание еще большего количества ученых. Так, было отмечено, что образовательные учреждения являются мощными идеологическими институтами, которые передают доминирующие ценности и функционируют как механизмы социального контроля. Школы транслируют ценности, которые воспроизводят не только социальный класс, но и основные гендерные структуры, способствующие воспроизведению неравенства [10].

В 1970-х и 1980-х годах были проведены контент-анализы учебников иностранных языков, в основном – английского, многие из которых выявили признаки гендерного неравенства. Это неравенство было выражено в предвзятом отношении в трех основных аспектах и могло быть разделено на категории «исключение», «подчинение и искажение» и «уничтожение» [3].

Например:

- исключение – мужчины были представлены чрезмерно;
- подчинение и искажение – мужчины, как правило, занимали как более мощный, так и более широкий спектр профессиональных ролей, чем женщины; как мужчины, так и женщины выполняли гендерные стереотипные действия;
- уничтожение – женщины имели тенденцию быть стереотипно эмоциональными и с большей вероятностью, чем мужские персонажи, становились объектами шуток и «скрытых оскорблений» [3].

Некоторые учителя утверждали, что это точно так, как должно быть, поскольку в широком смысле языковые учебники должны «отражать общество». Тем не менее, многие другие преподаватели не выразили согласия с данной точкой зрения. Вопрос заключается в том, должны ли учебники представлять более прогрессивную ситуацию, чем есть на

самом деле, поскольку, пока одни и те же книги продолжают использоваться, социальная ситуация меняется. Кроме того, были выдвинуты обвинения в гендерной асимметрии в школьных учебниках иностранных языков, превышающей гендерную асимметрию в обществе, которую они должны были описать [3].

Согласно представленным исследованиям, лингвистический анализ языковых учебников выявил скрытые аспекты, которые не были отражены в контент-анализе. Например:

- глаголы, связанные с женщинами-агентами, отражали «некоторые из традиционных стереотипных моделей поведения женщин» [11];
- в диалогах женщины говорили меньше, реже и выполняли более узкий круг дискурсивных ролей [8].

Примеры гендерной стереотипированности всё ещё могут быть обнаружены в текстах современных учебных пособий. Для иллюстрации представим учебник *New English File Elementary*.

В аудиотексте раздела 4A (grammar, с. 41) показаны две ситуации, отражающие два стереотипа о женщинах и мужчинах. В первой ситуации мужчина не может найти сахар на полке с продуктами, а его жена делает это быстро, как только открывает шкаф; во второй – женщина жалуется на то, что принтер не работает, а её муж указывает на то, что его просто нужно включить. Таким образом, мы наблюдаем, закрепление в сознании распространенных стереотипов о том, что мужчины невнимательны, а женщины не умеют обращаться с техникой.

Следом за данным аудиотекстом идёт новый раздел и новый текст (4B reading, с. 43) с заголовком “*Shopping: men and women are different*”, который уже настраивает читателя на различия между мужчинами и женщинами. Несмотря на то, что в начале текста написано, что «сегодня мужчины тоже любят ходить за покупками», вся остальная часть текста преувеличенно стереотипирована и, к сожалению, не в пользу женщин. На вопрос “*Where do they go?*” следует два ответа: “*Women go to clothes shops, clothes shops, more clothes shops*”, “*Men go to clothes shops, electronics shops, music shops*”, утверждая, что у среднестатистического мужчины как минимум в три раза больше интересов, а женщины интересуются только покупкой одежды. Помимо этого текст повествует о том, что мужчины проводят в магазинах один-два часа, в то время как женщины – целый день, что любимая часть шоппинга для мужчин – это вернуться домой, примерить новую одежду и «поиграть с новыми игрушками», а для женщин – посмотреть и примерить всё, поговорить с консультантом, «обнаружить, что они могут купить вещь меньшего размера, чем обычно». По мнению авторов текста, мужчины ненавидят ждать пока женщины выбирают что они хотят, а женщины ненавидят слышать от мужчин вопросы о том, «когда они поедут домой, поскольку футбол начинается через полчаса» [12].

Таким образом, в данном тексте явно фиксируются гендерные стереотипы. При этом следует отметить, что и мужские роли в текстах также были преувеличенно стереотипированы, хоть и не в таком объеме, как женские.

Число контент – и лингвистических анализов гендерного аспекта в учебниках по иностранным языкам в 1990-х годах несколько сократилось – отчасти потому, что асимметрия стала менее заметна, но также и потому, что теоретические исследования предполагают, что сам текст в данном случае, возможно, не является целевым объектом. И хотя преподавателям следует быть в курсе вышеупомянутых форм дискриминации при выборе учебников, также важно помнить, что асимметрия может проявляться не только в текстах.

Любая предвзятость в тексте может отрицательно повлиять на изучение языка, но это очень сложно доказать, поскольку предсказать реакцию каждого читателя на конкретный текст невозможно, равно как и то, что читатель вынесет из него [13].

Так, хоть чтение и рассматривается как рецептивный, а не продуктивный вид речевой деятельности, оно не является пассивным, как такое – читатель когнитивно и эмоционально взаимодействует с текстом. Это касается любого читателя любого текста. Нельзя сказать, что даже очевидный и доказанный случай гендерной асимметрии в тексте каким-либо детерминированным образом заставит людей мыслить стереотипами или окажет на них определенное влияние. Некоторых обучающихся текст может обидеть, в то время как другие примут асимметрию, а третьи смогут распознать её и стать «устойчивыми читателями», отвергая как гендерную репрезентацию, так и любые косвенные стереотипированные предположения. А некоторые могут сформировать представление, совершенно отличное от того, что вкладывал автор. Такая возможность разных «прочтений» одного и того же текста означает, что обучающиеся интерпретируют прочитанный или услышанный текст целым рядом различных способов [3].

Помимо этого, невозможно предсказать, как преподаватель поступит с самим текстом. Фокус только на гендерно-асимметричных текстах, предполагающий какое-то очевидное отношение к нему преподавателя, таким образом, представляется ошибочным. Текст, возможно, так же хорош или плох, как и его толкование учителем, который его использует в рамках учебного занятия; в частности, текст, пронизанный гендерными стереотипами, может быть использован таким образом, что окажет положительный педагогический эффект [3].

Подход к гендерной проблематике в языковых учебниках не дал и не даст результатов, которые помогут учителям оценить и выбрать наиболее подходящие учебники, по той простой причине, что речь идет не о текстах. Выбор самого прогрессивного или нейтрального в гендерном

отношении учебника в мире не остановит предвзятого к нему отношения преподавателя (и/или обучающегося). Это не означает, что преподаватели должны быть осторожнее с гендерно-предвзятыми текстами, а скорее то, что учебник, не отражающий каких-либо предубеждений сам по себе, не будет означать гендерно-нейтральное обучение [14].

Однако такой подход имеет значение для авторов и издателей учебников. Учитывая возможность того, что прогрессивный текст всегда может быть искажен, разъяснение намерений автора в руководстве для преподавателя может помочь этого избежать.

Результаты этих исследований также имеют значение для педагогического образования: студентам педагогических вузов следует показать, что предвзятые в гендерном (или любом другом) отношении тексты, которых в учебниках остается еще много, не обязательно означает предвзятое преподавание. Например, текст может быть подвергнут критике посредством дискуссионной работы и поиском альтернативы; очень традиционные гендерные роли в диалоге можно поменять местами. Преподаватели могут также разработать способы отдать должное прогрессивным текстам.

Несмотря на то, что данная тема за последние два десятилетия значительно расширилась и продолжает вызывать все больший интерес, по-прежнему остаются большие пробелы в области эмпирического исследования использования учебных материалов преподавателями. Таким образом, важно, чтобы как исследователи, работающие в области гендерного и языкового образования, так и практикующие преподаватели, имели возможность взаимодействовать с аспектами агентивности, индивидуальности и различия, не упуская из виду все еще актуальные понятия неравенства и гендера.

Литература

1. Блохина, Н.А. Понятие гендер: становление, основные концепции и представления // Летняя школа «Общество и гендер». Рязань, 2003. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.gender-cent.ryazan.ru/blohina.htm (дата обращения: 12.12.2018).
2. Ряполова, Н.В. Роль гендера в определении стратегий изучения иностранного языка, применяемых студентами технического вуза / Н.В. Ряполова // Учёные записки ЗабГУ. Профессиональное образование, теория и методика обучения. – 2014. – №6. – С. 118–123.
3. Sunderland, J. New understandings of gender and language classroom research: texts, teacher talk and student talk / *Language Teaching Research* 4, 2. – 2000. – P. 149–173.
4. Foshay, E.M. *Art in the bloom*. – London: Universe Publishers. – 1990. – P. 120–131.
5. Robson, D. Women and minorities in economics textbooks: Are they being adequately represented? / *The Journal of Economic Education* 32.2. – 2001. – P. 186–191.
6. Sileo, T.W., & M. Prater. Preparing professionals for partnerships with parents of students with disabilities: Textbook considerations regarding cultural diversity. *Exception Children* – 1998. – P. 513–528.
7. Mustedanagic, A. *Gender in English language and EFL textbooks / A term paper submitted to Halmstad University*. – 2010.

8. Poulou, S. Sexism in the discourse roles of textbook dialogues / *Language Learning Journal*. – №15. – 1997. – P. 68–73.
9. Treichler, P. & F. Frank. Introduction: Scholarship, feminism, and language change / *Language gender and professional writing: Theoretical approaches and guidelines for non-sexist usage*. – New York: MLA. – 1989. – P. 1–32.
10. Stromquist, N., M. Lee & B. Brock-Utne. The explicit and the hidden school / *Women in the third world: An encyclopedia of contemporary issues*. – New York: Garland Publishing, Inc. – 1998. – P. 397–407.
11. Hellinger, M. 'For men must work and women must weep': sexism in English language textbooks used in German schools / *Women's Studies International Quarterly*. – №3. – 1980. – P. 267–275.
12. Oxengen, C. *New English File Elementary / Student's book*. – Oxford: Oxford University Press. – 1996. – P. 41–43.
13. Kebede, S. The relationship between uptake and questioning / *Centre for Research in Language Education Working Paper*. – Lancaster University. – 1998.
14. Sunderland, J., F.A. Rahim, M. Cowley, C. Leontzakou & J. Shattuck. From representation towards discursive practices: Gender in the foreign language textbook revisited / *Gender identity and discourse analysis*. – Amsterdam: John Benjamins. – 2002. – P. 223–256.

УДК 81
ГРНТИ 16

АНГЛИЙСКАЯ ЛИНГВОСТРАНОВЕДЧЕСКАЯ ЛЕКСИКА В УМК СРЕДНЕЙ ШКОЛЫ

ENGLISH LINGUISTIC VOCABULARY IN TEACHING MATERIALS OF SECONDARY SCHOOL

М. Мурзаева

Научный руководитель: А.А. Ким, д-р филол. наук, профессор

Томский государственный педагогический университет, г. Томск, Россия

Ключевые слова: культурный лексикон, социокультурная компетенция, лингвострановедение.

Key words: cultural lexicon, sociocultural competence, language country studying.

Аннотация. Данная статья рассматривает лингвострановедческий аспект в практике преподавания английского языка в средней школе и представляет собой анализ культурных реалий в УМК 6-го класса. Использование страноведческой информации в процессе обучения обеспечивает повышение познавательной активности учащихся, развивает их коммуникативные навыки и умения, а также обеспечивает положительную мотивацию и дает стимул к самостоятельной работе над языком.

Лингвострановедческий материал является аутентичным, поэтому способствует формированию социокультурной компетенции и развитию вторичной языковой личности. Категоризация лингвострановедческой лексики дает возможность определить, какой фрагмент картины мира постигнут школьники на уроках английского языка.

В настоящее время приоритетной целью обучения иностранному языку в средней школе является развитие личности ученика совместно с пре-

подаванием культуры стран изучаемого языка. Расширение международных связей и образовательной мобильности способствует желанию подростков участвовать в межкультурной коммуникации и совершенствоваться в практическом применении иноязычных навыков. В связи с этими факторами УМК средней школы, как правило, включают элементы, составляющие содержание «иноязычной культуры» [1].

При включении национально-культурного элемента в содержание обучения иностранному языку нужны адекватные средства для его усвоения. В современной методике выделяют 3 типа лексических единиц, которые являются национально- и культурно-маркированными. Эти лексические единицы передают семантику, которая характерна для определенного пласта культуры. Среди них:

1) фоновая лексика, обозначающая такие предметы и явления, которые известны и сходны в разных культурах, но используются и функционируют в различных языках по-разному. Например, русское слово «*площадь*» в английском языке может иметь значение «*square*» – городская площадь или «*area*» – площадь района, края, страны и т.д.

2) коннотативная лексика – лексические единицы, схожие по денотативному значению, но непохожие по оттенкам понятия, связанного с культурным и историческим развитием страны. Например, объяснить коннотацию слова «*glare*», «*glance*» денотативное значение *look*, коннотация *glare* – *steadily, lastingly (long)*, *glance* – *briefly, passingly (short)* также слова «*father*», «*daddy*» денотативное значение *parent*, коннотация *father (neutral)*, *daddy (colloquial)*.

3) реалии – названия таких явлений и предметов, которые характерны для одной конкретной страны, но неприсущие другой, например: в русском языке: мать мужа – свекровь, мать жены тёща, в английском нет дифференциации: *mother-in-law*; соответственно: тесть, свекор, *father-in-law* [3].

При общении с носителями языка другой культуры возникает потребность в поиске и изучении таких единиц, которые могут упомянуть какую-либо реалию при чтении газет, книг, статей, при просмотре документального и художественного кино и т.д., где много коннотативной и фоновой лексики [6].

Анализ страноведческой лексики в данной статье проведен на основе УМК для 6-го класса общеобразовательных учреждений «Английский язык», который составлен авторами О.В. Афанасьева И.В. Михеева и рассчитан на 3 часа в неделю [4].

Лингвострановедческий материал является базовым для формирования социокультурной компетенции, поскольку, по мнению Г.Д. Томахина информация о стране изучаемого языка предоставляется посредством самого языка [9]. Ведущей лингвострановедческой задачей преподавания иностранного языка является изучение языковых единиц, наиболее ярко отражающих национальные особенности культуры народа – носителя

языка: фоновой лексики, коннотативной лексики и реалий. При этом культурологическая и страноведческая значимость, стереотипность, распространённость и направление на современную действительность, тематичность и функциональность явлений являются доминирующими критериями отбора национально-культурного компонента содержания обучения иностранному языку [13].

В соответствии с целью нашего исследования мы применили метод сплошной выборки для выявления страноведческой лексики и распределили всю лексику по следующим группам:

I. Географические реалии и достопримечательности:

– *Westminster Abbey* – Вестминстерское аббатство – готическая церковь в Вестминстере (Лондон), а также важная религиозная достопримечательность, место коронации и погребения британских монархов.

– *London* – Лондон – столица и крупнейший город Соединённого Королевства Великобритании и Северной Ирландии, крупнейший административный, культурный и образовательный центр.

– *Brighton* – Брайтон – небольшой курортный город в Англии, расположенный к югу от Лондона.

– *Blackpool* – Блэкпул – город на территории церемониального графства Ланкашир в регионе Северо-Западной Англии, на побережье Ирландского моря.

– *The Highlands* – Хайленд – самый большой из 32 округов Шотландии. Он расположен на территории Северо-Шотландского нагорья.

– *Scotland* – Шотландия – самая северная страна Соединённого Королевства Великобритании и Северной Ирландии. Большую ее часть занимают горный хребет Кайрнгормс и Северо-Западное Шотландское нагорье с узкими ледниковыми долинами и озерами. Крупнейшие города страны – ее столица Эдинбург со знаменитым замком, воздвигнутым на вершине холма, и Глазго, известный своей богатой культурной жизнью. Шотландия является родиной гольфа: первые игры по этому виду спорта прошли на поле «Олд Корс» в городе Сент-Андрус в XV веке.

– *Big Ben* – Биг-Бен – одна из туристических достопримечательностей Лондона. Изначально «Биг-Бен» являлось названием самого большого из шести колоколов, однако это название относят и к часам, и к самой часовой башне в целом. Это популярное название часовой башни Вестминстерского дворца.

– *Hyde Park* – Гайд-парк – королевский парк площадью 1,4 км² в центре Лондона. Это традиционное место политических митингов, празднеств и гуляний.

– *The Tower of London* – Тауэр или Лондонский Тауэр – крепость, стоящая на северном берегу Темзы, – исторический центр Лондона, одно из старейших сооружений Англии и один из главных символов Великобритании, занимающий особое место в истории английской нации.

– *The Lake District* – Озёрный край – горный регион в Северо-Западной Англии, в графстве Камбрия. Край знаменит своими живописными горными и озёрными ландшафтами.

II. Праздники и традиции:

– *Traditional meals* – Традиции приема пищи и типичные блюда. Утро в Соединенном королевстве начинается с традиционного завтрака, который включает в себя сосиски и/или бекон, яичницу, хлеб, томаты, грибы, фасоль в томатном соусе, овсяную кашу, омлет, хлопья, яйца всмятку. К еде подают кофе или крепкий чёрный чай с молоком. Обед в Великобритании представляет собой сэндвичи с начинками, например тунец с кукурузой и майонезом, ветчину с сыром, курицу с соусом или яйцо майонезом. На ужин предпочитают овощные супы-пюре, к которым подают кусочек хлеба с маслом. Из вторых блюд британцы любят стейки из говяжьей вырезки, разных вариантов прожарки, гарниром к которым выступают овощи или картофель.

– *Five o'clock tea* – Знаменитая британская традиция пить в 5 часов, чай, к которому подаются булочки и печенье, а также джем или сливочный крем.

– *Christmas Day* – День Рождества Христова, празднуется 25 декабря и является самым популярным праздником в Великобритании. Это семейный праздник, когда родные собираются вместе и дарят друг другу подарки.

III. Исторические личности

– *Queen Elizabeth II* – Елизавета II, полное имя – Елизавета Александра Мария – правящая королева Великобритании из Виндзорской династии. Взошла на престол 6 февраля 1952 года в возрасте двадцати пяти лет после кончины своего отца, короля Георга VI.

– *William Wordsworth* (XVIII–XIX) – Уильям Вордсворт, родился 23 апреля 1850, английский поэт-романтик, основной автор сборника «Лирические баллады».

IV. Политическая система

– *Palace of Westminster* – Вестминстерский дворец – здание на берегу Темзы в лондонском районе Вестминстер, где проходят заседания Британского парламента. Первоначально, до 1529 года, служил столичной резиденцией английских королей [2], [8].

По данным разделам и лексике можно реконструировать фрагмент картины мира, который формируется у школьников после изучения материала учебника 6-го класса указанных авторов:

столица, некоторые географические регионы страны и ряд достопримечательностей;

традиция пить чай в 5 часов и употреблять в пищу определенные продукты;

празднование Рождества;

монархия – королевская семья;
политическое устройство в форме парламента.

В конце учебника представлен англо-русский словарь. Словарь включает себя 379 слов, из них 19 слов – лингвострановедческая лексика (5%).



Таким образом, можно сделать вывод, что целью обучения иностранному языку является не только формирование у учащихся знаний и умений, а также приобретение сведений страноведческого, лингвострановедческого и культурно-эстетического характера, углубление в ценности другой для них национальной культуры. Содержание обучения иностранным языкам должно исходить из национально-культурного компонента. Этот компонент включает в себя определенные знания (языковые и культурологические), а также навыки и умения (речевого и неречевого поведения). При отборе содержания выбирается не только то, что имеет педагогическую важность, но и то, что способно содействовать обучению общению, приобщению к культуре страны. Сохраняя интерес к языку, как к средству общения, нужно развивать интерес к нему как носителю своеобразной культуры. Важную роль в этом отношении может предоставить использование культурного и духовного наследия страны изучаемого языка.

Литература

1. Афанасова, О.В., Михеева, И.В. Английский язык: 2-й год обучения 6 кл. Москва: Изд-во «Дрофа», 2009. – 244 с.
2. Алефиренко, Н.Ф. Лингвокультурология. Ценностно-смысловое пространство языка. Москва: Изд-во «Флинта», 2012. – 282 с.
3. Гальперин, И.Р. Текст как объект лингвистического исследования. Москва: Изд-во «Едиториал УРСС», 2005. – 144 с.
4. Кричевская, К.С. Прагматические материалы, знакомящие учеников с культурой и средой обитания жителей страны изучаемого языка // Иностранные языки в школе. – 1996. – № 1. – С. 13–17.
5. Маслова, В.А. Лингвокультурология. Москва: Изд-во «Академия», 2007. – 202 с.

6. Нефедова, М.А., Лотарева, Т.В. Страноведческий материал и познавательная активность учащихся // *Иностранные языки в школе*. – 1987. – № 6. – С. 38–42.
7. Ощепкова, В.В. Страноведческий материал на уроке английского языка // *Иностранные языки в школе*. – 1998. – № 1. – С. 77–83.
8. Починок, Т.В. Формирование социокультурной компетенции как основы межкультурного общения // *Иностранные языки в школе*. – 2007. – № 7. – С. 37–40.
9. Рогова, Г.В., Никитенко, З.Н. О некоторых путях повышения мотивации изучения иностранных языков у школьников в IV–VII классах // *Иностранные языки в школе*. – 1988. – № 6. – С. 37–40.
10. Рогова, Г.В. Методика обучения английскому языку на начальном этапе в средней школе. Москва: Изд-во «Просвещение», 1988. – 345 с.
11. Томахин, Г.Д. Лингвострановедение. Что это такое? // *Иностранные языки в школе*. – 1996. – № 9. – С. 21–23.
12. Томахин, Г.Д. Реалии в языке и культуре // *Иностранные языки в школе*. – 1997. – № 3. – С. 13–18.

УДК 81'25
ГРНТИ 16.31.41

**ПЕРЕВОД ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ *IN FULL SWING*
И *HANDS DOWN* НА РУССКИЙ ЯЗЫК:
ПО ДАННЫМ ПАРАЛЛЕЛЬНОГО ПОДКОРПУСА НКРЯ
TRANSLATION OF *IN FULL SWING* AND *HANDS DOWN*
PHRASEOLOGICAL UNITS INTO RUSSIAN:
ACCORDING TO THE PARALLEL SUB-CORPUS OF NCRL**

В.С. Науменкова

Научный руководитель: Е.А. Крюкова, канд. филол. наук, доцент

Томский государственный педагогический университет, г. Томск, Россия

Ключевые слова: фразеологизм, фразеологические единицы, корпус, перевод, культура, эквивалент.

Key words: idiom, phraseological units, corpus, translation, culture, equivalent.

Аннотация. Статья посвящена вопросу перевода фразеологизмов, имеющих эквивалент, с английского языка на русский. В качестве источника материала используется параллельный подкорпус Национального корпуса русского языка, который предоставляет доступ к обширной базе примеров словоупотребления. На основе проанализированного нами материала можно сделать вывод, что проблема перевода фразеологических единиц, имеющих эквивалент, решается различными способами.

Вопросу перевода фразеологизмов с одного языка на другой посвящено немало работ, что неудивительно, так как в настоящее время данное направление является одним из наиболее актуальных в современной практике перевода. Объясняется это тем, что фразеологизмы являются особыми единицами лексического уровня языка. Ведь это не просто сочетания слов, взаимосвязанных грамматически, а своего рода метафоры

[1, с. 121], содержащие в себе определенный концепт. Благодаря этому концепту мы можем прочувствовать влияние культуры, истории, обычаев на формирование тех или иных выражений. Также возможно понять, как происходит восприятие окружающей действительности посредством фразеологизмов в сознании отдельного индивида и общества в целом. В таких словосочетаниях в полной мере раскрывается национальная специфика и вся многогранность языка. Именно это и является причиной некоторой сложности перевода фразеологизмов.

Представляется крайне интересным на основе корпусного анализа сравнить варианты перевода различных фразеологизмов, выявить зависимость использования либо неиспользования эквивалента от контекста, а также частотность использования какого-либо устойчивого выражения в языке перевода.

Бывают случаи, когда переводчик не применяет эквивалент в своей работе. Связано это с тем, что в языке перевода данный фразеологизм не так часто употребляется и иногда целесообразно его заменить описанием либо другим приемом. Кроме того, на перевод влияет также и стиль текста, что имеет немаловажное значение.

Материалом для исследования послужили английские фразеологические единицы и их эквиваленты в русском языке. Исследование проводилось при использовании Национального Корпуса Русского Языка (далее НКРЯ), предоставляющем доступ к обширной базе примеров словоупотребления, и Google Books Ngram Viewer. Данный сервис позволяет строить графики частотности языковых единиц. Основой для их построения служат обширные материалы многочисленных печатных источников, начиная с XVI века.

Попробуем проиллюстрировать вышеизложенное на примере следующих фразеологических единиц.

Рассмотрим такой фразеологизм, как «in full swing» – «в полном разгаре» [2, с. 151]. Это достаточно устойчивое и употребляемое выражение, однако в базе НКРЯ мы находим следующие, кроме основного, варианты перевода этой единицы:

*«The game of darts was **in full swing** again, and the knot of men at the bar had begun talking about lottery tickets»* [George Orwell. Nineteen Eighty-Four (1949)].

*«Метание дротиков **возобновилось**, а люди у стойки заговорили о лотерейных билетах»* [Джордж Оруэлл. 1984 (В. Гольшев, 1989)].

*«In November of 1918 my mother resolved to flee with Sebastian and myself from the dangers of Russia. Revolution was **in full swing**, frontiers were closed. She got in touch with a man who had made smuggling refugees across the border his profession, and it was settled that for a certain fee, one half of which was paid in advance, he would get us to Finland»* [Vladimir Nabokov. The real Life of Sebastian Knight (1938)].

«В ноябре 1918 года моя мать решила бежать со мною и Себастьяном от российских напастей. **Вовсю бушевала** революция, границы закрылись. Мать нашла человека, сделавшего переброску беглецов за кордон своей профессией, и условилась с ним, что за вознаграждение, половина которого выплачивалась вперед, он доставит нас в Финляндию» [Владимир Набоков. Истинная жизнь Себастьяна Найта (А. Долинин, М. Мейлах, 1991)].

«*The bar is in full swing, and floating rounds of cocktails permeate the garden outside, until the air is alive with chatter and laughter, and casual innuendo and introductions forgotten on the spot, and enthusiastic meetings between women who never knew each other's names*» [F. Scott Fitzgerald. The Great Gatsby (1925)].

«**Бар работает вовсю**, а по саду там и сям проплывают подносы с коктейлями, наполняя ароматами воздух, уже звонкий от смеха и болтовни, сплетен, прерванных на полуслове, завязывающихся знакомств, которые через минуту будут забыты, и пылких взаимных приветствий дам, никогда и по имени друг дружку не знавших» [Ф. Скотт Фицджеральд. Великий Гэтсби (Е. Калашникова, 1965)] [3].

Как мы видим, кроме основного значения «в полном разгаре» данная идиома может быть переведена, как «возобновиться», «вовсю бушевать», «работать вовсю». Два последних варианта содержат наречие, усиливающее их значение и более или менее являющееся синонимом выражения «в полном разгаре» с использованием приема добавления, а именно глаголов. Однако первый вариант перевода, «возобновиться», конечно же, представляет собой контекстуальный перевод. На данный выбор, скорее всего, повлияло использование слова *again*, которое говорит о повторяемости действия. Помимо контекста на выбор переводчика также оказывает влияние частотность употребления того или иного фразеологизма в языке перевода, что можно наблюдать по графику (см. рис. 1) [4].

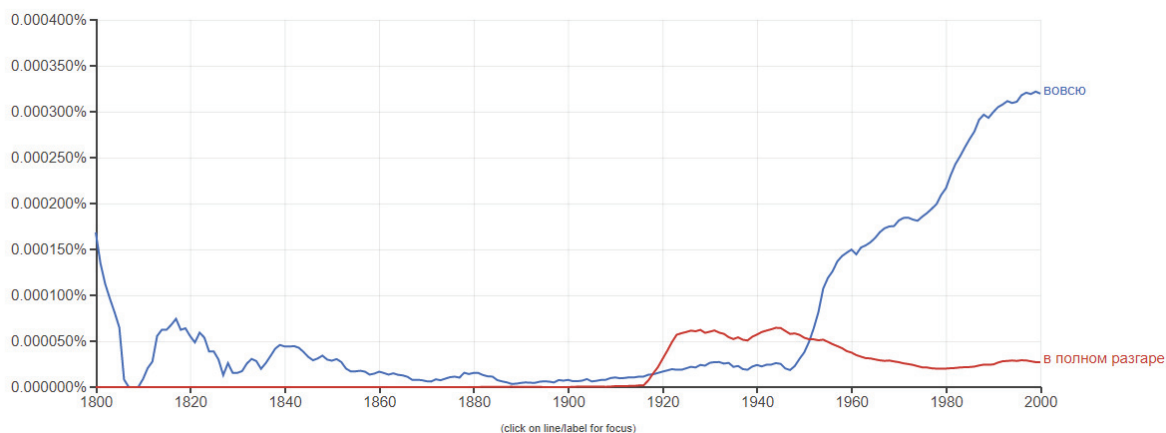


Рис. 1. Кривые частотности использования выражений «вовсю» и «в полном разгаре»

То есть, если в языке перевода имеется эквивалент фразеологизма языка оригинала, но он менее употребим относительно его синонима, не фразеологизма, то целесообразнее будет применить синоним, если это никак не искажает контекст и стиль текста.

Далее рассмотрим следующую фразеологическую единицу «hands down», что в переводе означает «с легкостью, без усилий, без всякого труда» [2, с. 146]. Данный перевод имеет нейтральную окраску. Посмотрим, что мы увидим в данных НКРЯ.

«“Can you do it?” *With this testimony I could do it **hands down**, Mason said. Again the telephone rang*» [Erle Stanley Gardner. The Case of the Blonde Bonanza (1962)].

«“Тебе это удастся?” *С такими показаниями **раз плюнуть**. Снова звонил телефон*» [Эрл Стэнли Гарднер. Белокурая удача (М. Жуков, 1990)].

«*HIGGINS. Yes, for the first three minutes. But when I saw we were going to win **hands down**, I felt like a bear in a cage, hanging about doing nothing*» [Bernard Shaw. Pygmalion (1912)].

«*ХИГГИНС. Да, первые три минуты. А когда стало ясно, что мы побеждаем **без боя**, я почувствовал себя, как медведь, запертый в клетке и не знающий, куда деваться от безделья*» [Бернард Шоу. Пигмалион (П. Мелкова, Н. Рахманова, 1993)].

«*I dunno for sure, said Grandpa, but it looks to me like Melly won **hands downs** on this go-round*» [Margaret Mitchell. Gone with the Wind, Part 2 (1936)].

«*Я, право, не знаю, – сказал дедушка, – но похоже, что Мелли в этом забеге **шутя** одержала победу*» [Маргарет Митчелл. Унесённые ветром, ч. 2 (Т. Кудрявцева, 1982)] [3].

Из этих примеров следует, что не всегда возможно использовать основное значение фразеологического оборота. Сложно не согласиться, что «раз плюнуть», «без боя», «шутя» являются синонимами в данном контексте, но, тем не менее, данные синонимы не являются абсолютными, и их употребление в переводе, кроме всего прочего, напрямую зависит от стиля оригинального текста, контекстных условий, а также от необходимости передать особенности речи того или иного персонажа. Фраза «I dunno», например, (в полной и официальной версии словоупотребления – I do not know), несомненно, относится исключительно к разговорному стилю и ее использование определенным образом повлияло на выбор такого варианта перевода фразеологизма «hands down» как «шутя». Однако в ином контексте «раз плюнуть», «без боя», «шутя» синонимами могут не оказаться.

Все вышеизложенное доказывает, что перевод фразеологизмов – это достаточно трудоемкий и одновременно творческий процесс, в результате которого переводчик передает содержание оригинала красивым и свободным языком, с сохранением смысла и стиля исходного текста. Не все-

гда при этом обязательно использовать имеющийся в языке перевода эквивалент фразеологического оборота, достаточно передать его значение всеми имеющимися в арсенале переводчика способами и приемами. В использованных примерах, как мы могли наблюдать, были применены: контекстуальный перевод, использование контекстуальных синонимов и прием лексического добавления. Но в процессе работы, переводчику всегда следует соблюдать одно из основных условий – выбранные способы должны быть адекватны, должны максимально точно передавать задумку автора, а также иметь аналогичное эстетическое воздействие.

Литература

1. Шемчук, Ю.М. Метафора как образная параллельная номинация в языковой системе / Ю.М. Шевчук // Теоретические и прикладные аспекты лингвистики»: сб. материалов международной научно-практической конференции молодых исследователей. Москва, 2013. – С. 120–123.
2. Григорьева, А.И. 1500 русских и 1500 английских идиом, фразеологизмов и устойчивых словосочетаний / А.И. Григорьева. – Москва: АСТ; Санкт-Петербург: Сова; Владимир: ВТК, 2012. – 189 с.
3. Национальный Корпус Русского Языка. Режим доступа: <http://ruscorpora.ru/search-para-en.html> (дата обращения: 08.04.2019).
4. Google Books Ngram Viewer. Режим доступа: <https://books.google.com/ngrams> (дата обращения: 05.04.2019).

УДК 81'25
ГРНТИ 16.31.21

СОВРЕМЕННЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ПИСЬМЕННЫХ ПЕРЕВОДОВ

TRANSLATION QUALITY ASSESSMENT: MODERN TOOLS

А.А. Ненахова

Научный руководитель: Н.В. Полякова, канд. филол. наук, доцент

Томский государственный педагогический университет, г. Томск, Россия

Ключевые слова: письменный перевод, QA-инструмент, адекватность, эквивалентность, переводческие ошибки.

Key words: translation, QA-tool, adequacy, equivalence, translation mistakes.

Аннотация. В эпоху информатизации, глобализации и цифровизации переводчики сталкиваются с необходимостью ускорять темпы перевода, сохраняя его качество. Современные технологии позволили создать специальные QA-инструменты для выявления потенциальных ошибок в текстах перевода путём посегментного сравнения текстов оригинала и перевода. В статье описан принцип работы таких QA-инструментов, составлен перечень параметров проверки, реализованных в существующих QA-инструментах, приведены примеры QA-инструментов самостоятельных и встроенных в САТ-программы, а также обобщены преимущества и недостатки использования QA-инструментов в письменном переводе.

Мы живём в информационном обществе, где общее социально-экономическое развитие зависит, прежде всего, от производства, переработки, хранения и распространения информации. Объём информации растёт в геометрической прогрессии, и помимо её производства и хранения, появляется необходимость делать информацию доступной широкому мировому сообществу, и касается это всех сфер жизни человека: экономической, социальной, политической и духовной. Перевод, один из древнейших видов деятельности, в современном глобальном мире приобретает особое значение, так как от скорости и качества перевода этих огромных объёмов информации на разные языки зависит развитие науки, промышленности и общества в целом. Вместе с этим обеспечивать качество перевода в таких условиях становится всё сложнее. Для оптимизации этого важного процесса всё более широкое применение получают средства автоматизированного перевода, а также специальные инструменты оценки качества переводного материала – QA-инструменты (от англ. *Quality Assessment*).

Прежде чем перейти к рассмотрению инструментов проверки качества письменных переводов, уточним, что же считается качественным переводом. Основными критериями качественного перевода лингвисты и практикующие переводчики называют эквивалентность и адекватность. В теории перевода существуют различные взгляды на понятия «адекватность» и «эквивалентность», а также их соотношение [1, 2, 3, 4]. В настоящей работе термин «адекватность» будет употребляться в значении, которое установил известный советский филолог и переводчик XX века А.В. Фёдоров: «точность в передаче смыслового содержания подлинника и полноценное функционально-стилистическое соответствие ему» [3], – а термин «эквивалентность» – в значении полноценного структурно-семантического соответствия текста перевода исходному тексту.

Нарушение эквивалентности и адекватности проявляется в разнообразных ошибках. Для примера приведём классификацию таких ошибок, составленную Американской переводческой ассоциацией, которая, на наш взгляд, охватывает весь спектр возможных переводческих погрешностей:

- добавления (экспликация допустима);
- неоднозначность;
- неверная капитализация;
- нарушение целостности и единообразия;
- несоблюдение диакритических знаков и ударения;
- искажение истинного смысла, смещение смысловых акцентов, излишняя креативность;
- ложные друзья переводчика;
- грамматические ошибки;
- неразборчивость;
- одновременное использование более одного варианта перевода;
- буквализм, искажающий смысл;

- смысловые ошибки, вызванные неверным пониманием исходного текста переводчиком;
- опущения (импликация допустима);
- неверная пунктуация;
- орфографические ошибки;
- синтаксические ошибки;
- неверная терминология;
- несоответствие текстов оригинала и перевода по стилю, регистру, формату;
- незаконченный текст, отсутствует заголовок и т.п.;
- нарушение сочетаемости слов в тексте перевода, языковой нормы;
- неверная временная форма глагола;
- неверная форма слова или часть речи;
- иные смысловые ошибки, а также опiski [5].

В ходе работы переводчик регулярно проверяет и перепроверяет текст перевода на предмет таких ошибок. Для оптимизации этой рутинной работы и повышения качества готового текста в настоящее время широко используются специальные QA-инструменты, которые представляют собой компьютерные программы, самостоятельные, либо встроенные в программы автоматизированного перевода, построенные по общему принципу:

- 1) работают с любыми языковыми парами, т.е. всегда необходима пара текстов, оригинал и перевод;
- 2) анализируют текст оригинала и текст перевода по абзацам, предложениям или сегментам;
- 3) выявляют все потенциальные ошибки в тексте перевода по формальным признакам, используя предварительно заданные параметры проверки;
- 4) формируют специальный отчёт.

Пользователь просматривает этот отчёт и принимает решение о том, действительно ли эти «ошибки» требуют исправления. Независимо от языков исходного и переводного текста QA-инструменты предлагают следующие параметры проверки (т.е. выявляют следующие потенциальные ошибки в переводах):

- ✓ общие (неязыковые):
- наличие непереверждённых сегментов;
- значительное несоответствие объёмов текстов оригинала и перевода;
- неконсистентность, т.е. перевод одинаковых сегментов разными способами или перевод разных сегментов одинаковыми способами (особенно важно избегать этого при переводе научных и технических текстах);
- несоответствие цифр;
- несоответствие тегов (идентификаторов, используемых для категоризации, описания, поиска данных, а также задания внутренней структуры),

например, их отсутствие, пробелы перед знаками препинания, двойные пробелы, концевые пробелы, отсутствие одной из скобок, кавычек, и т.п.;

- неверная пунктуация (конечная, двойная);
- неверное использование заглавных букв;
- наличие повторов.
- ✓ специальные (языковые/дополнительные):
- орфографические ошибки;
- несоответствие аббревиатур в текстах оригинала и перевода (например, в оригинале – аббревиатура, а в переводе – только расшифровка, или наоборот);
- неверный числовой формат (дат, простых и десятичных дробей), единицы измерения и т.п.;
- неверные регулярные выражения (термин в тексте перевода не соответствует термину в глоссарии [6]).

Сопоставив классификацию переводческих ошибок, принятую Американской переводческой ассоциацией, с параметрами проверки, доступными в современных QA-инструментах, примеры которых будут приведены ниже, можно обнаружить, что такие программы способны выявить далеко не все типы ошибок в текстах перевода. За пределами возможностей QA-инструментов остаются многие ошибки из категории нарушения адекватности. Можно отметить, что это существенно ограничивает применение таких инструментов на практике, но на наш взгляд, – это будет не совсем верно. Если их использовать по прямому назначению, не стараясь подменить знания и опыт настоящего переводчика, они вполне пригодны и полезны в проверке как научно-технических, так и публицистических и даже художественных переводов.

Как самостоятельные QA-инструменты, так и инструменты, встроенные в программы автоматизированного перевода, можно и нужно настраивать, выбирая параметры проверки. Так, например, опционально можно отключить проверку тегов, если переводчик имеет дело с художественным произведением, можно отказаться от проверки 100%-ных совпадений с выверенной терминологической базой или глоссарием (при их наличии) при переводе узкоспециальных статей или отказаться от проверки капитализации.

Приведём примеры существующих QA-инструментов и сформулируем особенности их использования в переводческом проекте. К QA-инструментам, интегрированным в программы автоматизированного перевода, относятся QA-модули Déjà Vu, MemoQ, SDLX, SmartCAT, Star Transit, Trados, Wordfast. Производители этих и других программ автоматизированного перевода предусмотрели в своих продуктах функцию оценки качества, причём выбранную конфигурацию QA-настроек можно сохранить, а затем использовать в последующих проектах. Это позволяет

своевременно выполнять проверки, не прибегая к внешним программам оценки качества, что значительно экономит ценный временной ресурс.

В то же время, эти программы удобны не всем. Так, если проверку выполняет корректор, редактор или руководитель многоязычного переводческого проекта, использование зачастую дорогостоящих программ автоматизированного перевода только в целях оценки качества текста перевода представляется неоправданным. В таких случаях оптимальный вариант – инструменты оценки качества, реализованные как самостоятельные программы. Вот примеры самых популярных из них: Xbench, QA Distiller, Verifika, ErrorSpy, Linguistic Toolbox, Format Checker, QA Checker 3.0. Есть и другие QA-инструменты, разработанные переводческими агентствами для внутреннего пользования. Примечательно, что многие из этих популярных программ изначально были созданы сотрудниками переводческих агентств или при их непосредственном участии, а уже затем стали выпускаться как коммерческий продукт. Стоит отметить, что многие подобные внутренние разработки так и не вышли на массовый рынок, и продолжают использоваться авторами эксклюзивно, причём бережно охраняются от возможного хищения и распространения. Преимущество таких самостоятельных инструментов оценки качества перевода в том, что они доступны специалистам, не владеющим иностранными языками, которые вполне могут сопоставить тексты оригинала и перевода и оценить полноту перевода, консистентность, соответствие тегов, числовые форматы и т.п. параметры.

Кроме инструментов, указанных выше, существуют онлайн-сервисы для оценки качества, например, lexika и TQAuditor. Последний интересен тем, что он сравнивает разные версии двуязычных файлов и генерирует отчёт об исправлениях, что даёт возможность переводчикам учиться на собственных ошибках, избегая неконструктивных споров с корректорами и редакторами.

Как становится ясно из этого краткого обзора существующих программ для оценки качества перевода, все они обладают своими преимуществами и недостатками. Основными достоинствами современных QA-инструментов являются: оптимизация рутинных проверок качества текста перевода на разных этапах его готовности, возможность настраивать индивидуальные критерии качества для каждого отдельного проекта, сокращение сроков перевода, обеспечение консистентности (единообразия) текста перевода, минимизация ошибок и т.д. Недостатками современных QA-инструментов являются: необходимость изучать и настраивать программу для разных проектов, невозможность проанализировать смысл текста перевода; обнаружение большого количества потенциальных ошибок; необходимость доказывать заказчику перевода, что найденные программой ошибки на самом деле таковыми не являются и т.д.

В наши дни становится сложно представить работу переводчика без QA-инструментов, однако они не являются панацеей от всех ошибок.

Самое главное, что нужно помнить при работе с QA инструментами, – это то, что все найденные ошибки – потенциальные, т.е. программа указывает на возможную ошибку по формальным признакам, однако конечное решение о том, истинная это ошибка (требующая исправления) или ложная (не требующий исправлений вариант нормы), принимает человек. Компьютерная программа не может заменить профессионального лингвиста. Она может упростить его работу или, превратившись в формальность, добавить ненужной бюрократии в переводческий проект. Каждый пользователь должен самостоятельно определить, какой QA-инструмент оптимально соответствует текущим задачам и надлежащим образом настроить его.

Литература

1. Жомин, М. Современные технологии перевода: от кустарного бизнеса к поточному производству. – Логрус, 2005. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.logrus.ru/publications/ru-publications/9.aspx> (дата обращения: 20.02.2019).
2. Комиссаров, В.Н. Общая теория перевода. Проблемы переводоведения в освещении зарубежных ученых / В.Н. Комиссаров. – Москва: ЧеРо, 1999. – 135 с.
3. Федоров, А.В. Основы общей теории перевода / А.В. Федоров. – Москва: Высшая школа, 1968. – 396 с.
4. Austermühl, F. Between Babel and Bytes – The Discipline of Translation in the Information Age. – in *Medias res*.(mimeo), 1999. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://areas.iued.uni-heidelberg.de/artikel/Band16_2.pdf (дата обращения: 22.02.2019).
5. ATA Certification: Explanation of Error Categories. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.atanet.org/certification/aboutexams_error.php (дата обращения: 23.02.2019).
6. Translation quality assurance tools. Technolex Translation Studio. – 2016. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.technolex-translations.com/articles/instrumenty-kontrolya-kachestva-perevoda.html> (дата обращения: 23.02.2019).

УДК 378.147.88
ГРНТИ 14.35.09

ХАРАКТЕРИСТИКА ЭЛЕМЕНТОВ УЧЕБНОГО ПРОЕКТА, ОСНОВАННОГО НА ИКТ, СПОСОБСТВУЮЩЕГО ВЫСОКОМУ КАЧЕСТВУ ОБУЧЕНИЯ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ В ВЫСШЕМ УЧЕБНОМ ЗАВЕДЕНИИ

CHARACTERISTICS OF THE EDUCATIONAL PROJECT ELEMENTS BASED ON ICT CONTRIBUTING TO HIGH QUALITY OF FOREIGN LANGUAGE TEACHING IN HIGHER EDUCATION

С.К. Омарова

Научный руководитель: О.Н. Игна, д-р пед. наук, профессор

Томский государственный педагогический университет, г. Томск, Россия

Ключевые слова: высшее образование, иностранный язык, учебный дизайн, репозитории, информационные технологии.

Key words: higher education, foreign language, learning design, repositories, informational technologies.

Аннотация. Широкое внедрение и использование виртуальных сред обучения (VLEs) и систем управления обучением (CMS) в высшем образовании сегодня предоставляют многим преподавателям возможность создавать привлекательные и эффективные условия обучения. Проводимая в настоящее время деятельность по разработке онлайн контента в форме учебных объектов, беспрепятственно предоставляемых через стандартизированные репозитории цифровой информации, может обеспечить множество цифровых ресурсов для преподавателей, желающих эффективно использовать учебные технологии в преподавании иностранного языка.

Большое количество технической поддержки и цифровых инструментов, а также учебных ресурсов, пробудило большой интерес преподавателей к использованию технологий в качестве неотъемлемого и основного компонента подачи материала курса. Однако, в то время как теория образования в течение многих лет пропагандирует идею практики более конструктивистских и аутентичных подходов к электронному обучению, многие технологические подходы и модели поощряют использование более традиционных, структурированных и линейных подходов в образовании. Например, большая часть работы в обучении иностранному языку в описании учебных объектов в качестве формирующих блоков для онлайн-обучения предполагает строго линейные и структурированные режимы [1]. В то же время, преподаватели по-прежнему ищут теоретические и практические рекомендации по разработке эффективных стратегий и мероприятий в области электронного обучения иностранному языку.

В аудиториях, где преподаватели и студенты взаимодействуют друг с другом, процесс обучения, как правило, управляется и возглавляется преподавателем. При планировании занятий по иностранному языку преподаватель планирует учебные виды деятельности для обучающихся, таким образом, чтобы они смогли привлечь их интерес и могли бы сформировать знания, на основе которых будет строиться дальнейшее их обучение. В условиях, способствующих развитию технологий, роль преподавателя в обучении иностранному языку зачастую является менее предписанной правилами. Обучающиеся должны принимать многие решения сами, которые в противном случае должны были бы быть приняты преподавателем. Условия электронного обучения, как правило, предоставляют студентам подсказки-заметки, виды деятельности и направления для руководства их обучением. Эти подсказки-заметки, виды деятельности и направления создаются учителями, но не обязательно теми же, которые занимаются со студентами.

Актуальным в зарубежной литературе считается термин «learning design» – «дизайн обучения», он применяется для того, чтобы описать форму представления опыта обучения, которому подвергаются студенты.

Например, студентам, изучающим иностранный язык может потребоваться прочитать главу из текста и получить определенную информацию или их могут попросить использовать определенную информацию для планирования подхода к решению той или иной языковой проблемы. Они могут быть объединены в группы и должны собирать информацию и готовить доклад. Эти задачи являются частью проектирования и дизайна обучения, намеренно запланированного набора знаний, который предназначен, чтобы помочь обучающимся освоить иностранный язык. Проектирование обучения, как правило, включает в себя описание основных показателей учащихся и пространства, где они обучаются посредством инструментов и устройств для сбора и интерпретации информации через процесс взаимодействия с другими обучающимися [2]. «Learning designs» – учебные разработки включают описания учебных сред и пространств, которые, как правило, довольно гибки и во многом отличаются от последовательностей, которые ранее характеризовали стратегии педагогического дизайна [3].

В то время как литература изобилует описаниями форм условий обучения, которые поддерживают качество его результатов, имеется значительно меньше информации, которая обеспечивает отдельное и подробное описание процессов и форм обучения, которые преподаватели иностранных языков могли бы понять и применить. Бритэйн описывает этот процесс проектирования обучения как организацию рабочего процесса обучающегося.

Ценность проектирования и дизайна обучения заключается в том, что преподаватели могут использовать полученные учебные материалы для планирования учебных мероприятий, необходимых обучающимся для достижения запланированных результатов обучения. Хорошо продуманные рабочие процессы могут удовлетворить потребности отдельных обучающихся. Они могут обеспечить мотивирующую и стимулирующую среду для поддержания интереса обучающегося, также они могут обеспечить поддержку обучающимся, необходимую для работы за пределами их зон комфорта, а также обеспечить развитие их навыков, знаний и осознания когнитивного процесса овладения иностранным языком. Хорошо продуманные рабочие процессы для обучающихся также предоставляют им возможность выбирать виды деятельности, в которых они будут участвовать, признавая необходимость того, чтобы учащиеся брали на себя определенную ответственность за свой процесс обучения. В то же время, рабочие процессы учащихся, если они хорошо сформулированы и описаны, могут использоваться снова и снова другими преподавателями и студентами для достижения иных результатов обучения.

Вместе с высоким уровнем интереса и активности в разработке и совместном использовании учебных объектов, хранящихся в репозиториях, растет интерес к учебным разработкам. Интерес связан с тем, что сами по

себе учебные объекты могут дать лишь ограниченное преимущество преподавателям. Несмотря на это, учебные разработки, при использовании со звуковым учебным сопровождением для создания значимого опыта обучения, могут принести гораздо более полезные результаты. В особенности в овладении иностранным языком, где немаловажную роль играет речь носителя языка.

Существует множество различных форм, с помощью которых учащиеся могут получить опыт в условиях высшего образования. В своем исследовании Майес и де Фрейтас описывают три точки зрения, которые, по их мнению, охватывают современные процессы преподавания и обучения в отношении электронного обучения. Перспективы описываются как ассоциативные, когнитивные и ситуативные. Применительно к дизайну среды обучения каждая из перспектив приводит к учебному опыту с конкретными формами результатов обучения [4].

Под качеством обучения иностранному языку мы подразумеваем результаты обучения, которые включали бы концептуальные изменения и глубокое понимание содержания изучаемого блока. В рамках нашего исследования было запрошено экспертное мнение для определения того, что представляет собой «обучение высокого качества», и в сочетании с отзывами экспериментальной группы был разработан комплекс принципов, характеризующих высококачественное обучение иностранному языку студентов в высших учебных заведениях [5]. Принципы ориентированы на перспективу обучения для характеристики основных элементов учебного проекта с потенциалом, способствующим высокому качеству обучения в высшем образовании. Это:

- *Учет интересов обучающихся*: учет предварительных знаний обучающихся, их желаний и ожиданий
- *Учет контекста обучения*: рассмотрение вопроса об осуществлении учебного дизайна и его позиции в рамках более широкой программы обучения для учащегося
- *Задача обучающего*: поиск методов стимулирования активного участия обучающихся, мотивирования их на развитие самокритики и поддержание развивающих навыков;
- *Обеспечение практики*: поощрение обучающихся за то, что они формулируют для себя и демонстрируют своим сверстникам то, чему они учатся [6].

Эти принципы также прослеживаются в практических примерах разработки учебных программ. В различных учебных контекстах одни принципы могут быть более явными, чем другие; однако при этом все четыре принципа важны в любом контексте высшего иноязычного образования. Принципы здесь представляются целостными в том смысле, что включают в себя как результаты обучения, так и процессы обучения. Они основаны на убеждении, что обучение начинается тогда, когда студенты

начинают применять учебный дизайн на практике. Разработчики должны оценивать свои учебные разработки с точки зрения их влияния на обучение, то есть, рассматривать свои учебные разработки, представляя себя «в роли студентов».

Литература

1. Игна, О.Н. Проектная технология в профессионально-методической подготовке учителя / Игна О.Н. // Вестник Томского государственного педагогического университета. – 2014. – №10 (151). – С. 207–211.
2. Jonassen, D. Thinking technology: Toward a constructivist design model // Educational Technology. – 1994. – №34 (3). – P. 34–37.
3. Britain, S. A review of learning design: Concept, specification and tools. – 2004. – Online. Available at http://www.jisc.ac.uk/uploaded_documents/ACF1ABB.doc (accessed 31 July 2018).
4. Masterman, L. and Manton Teachers' perspectives on digital tools for pedagogic planning and design // *Technology, Pedagogy and Education*. – 2011. – №20 (2). – P. 227–246.
5. Роберт, И.В. Информатизация образования как новая область педагогического знания / И.В. Роберт. Москва: Человек и образование. –2012. – № 1. – С. 14–18.
6. Yasmeen, S. and Fardon, M. *Description of Political Science Simulation Exercise*. – 2002. – Online. Available at <http://learningdesigns.uow.edu.au/exemplars/info/LD25/index.html> (accessed 31 July 2018).

УДК 81'246.3
ГРНТИ 16.31.51

ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ПОНЯТИЙ «ПОЛИЛИНГВИЗМ» И «ТРИГЛОССИЯ» В НАУЧНОЙ ЛИТЕРАТУРЕ

THE FEATURES OF NOTIONS FUNCTIONING “POLINGINGISM” AND “TRIGLOSSIA” IN THE SCIENTIFIC LITERATURE

Ю.И. Плескач

Научный руководитель: Т.А. Дакукина, канд. пед. наук, доцент

Томский государственный педагогический университет, г. Томск, Россия

Ключевые слова: диглоссия, билингвизм, полилингвизм, многоязычие, двуязычие, триглоссия.

Key words: diglossia, bilingualism, multilingualism, triglossia.

Аннотация. Современное образование претерпевает постоянные изменения, которые происходят в связи с непрекращающимся развитием общества, изменениями условий обучения, средств обучения и, безусловно, самих обучающихся. Одним из факторов, существенно влияющих на современное общество и образование в частности, является наличие множества иностранных языков, функционирующих как за рубежом, так и в родной стране обучаемых. Вследствие этого, потребность знания минимум двух иностранных языков возрастает, что обеспечивается подготовкой педагогических кадров, способных обучать нескольким иностранным языкам. В исследовании рассмотрены различные подходы к определению понятий «полилингвизм»

и «триглоссия», особенности употребления данных понятий, а также виды двуязычия и триглоссии. В статье также формулируется собственное определение данных понятий авторами исследования.

Способность к овладению и непосредственно осуществление общения на нескольких иностранных языках привлекли к себе интерес учёных-исследователей и лингвистов с конца XX века. Как в научной, так и в популярной литературе термин «двуязычие» (или билингвизм) достаточно давно прижился и активно обсуждается учёными и исследователями из различных областей лингвистической науки: Г. Пауль, Г. Шухардт, А.А. Бодуэн де Куртенэ, Л.В. Щерба, Л.С. Выготский, У. Вайнрайх, Е.М. Верещагин, А.Е. Карлинский и другие. Однако тема полилингвизма недостаточно раскрыта в научном сообществе, а потому нам представилось важным и актуальным осветить именно этот аспект.

Раскрывая сущность понятия «полилингвизм», представляется важным рассмотреть различные точки зрения представителей научного сообщества: У. Вайнрайха, М.М. Фомина, А.А. Поздняковой, О. Пуссинен, Е.Е. Бразговской, А. Щепиловой, О.И. Улановича, Н.В. Барышникова. В первую очередь стоит сказать о том, что понятие полилингвизм, многоязычие и мультилингвизм считаются тождественными. Отправной точкой для полилингвальных исследований послужил научный труд У. Вайнрайха «Языковые контакты», привнесший в отечественную лингвистику такие термины как «диглоссия», «билингвизм», «трилингвизм», «многоязычие» [1].

Данные понятия часто путаются, и к настоящему времени единогласной позиции по этому вопросу не достигнуто. М.М. Фомин определяет полилингвизм как в некотором роде средство выхода в поликультурное пространство, иными словами – поликультурность [2, с. 112]. А.А. Позднякова считает многоязычием употребление в пределах определенной социальной общности нескольких языков, каждый из которых выбирается в соответствии с конкретной ситуацией общения. Это своего рода результат интеграционных процессов в развитии различных этносов [3, с. 13].

О. Пуссинен рассматривает двуязычие как многоязычие и определяет его как «зависящую от природы общения приобретённую способность личности к активной устойчивой коммуникации на двух или нескольких языках, один (или более) из которых является в жизни индивида функционально основным (первичным), а остальные – функционально не первыми» [4, с. 35].

Е.Е. Бразговская, сопоставляя многоязычие (полилингвизм) с кросс-языковой биографией, отражающей личную историю вхождения в языки, а также отношения между этими языками, говорит о том, что полилингвизм фиксирует лишь «статичный» факт знания ряда языков [5, с. 25].

Методист французского языка, Алла Щепилова, определяет многоязычие следующим образом: «это явление индивидуальной психики, умение одних и тех же лиц общаться средствами нескольких языков» [6, с. 10–11]. О.И. Уланович также затрагивает психическую сторону личности, его сознание при формировании многоязычия: «Полилингвизм – существование в сознании человека отдельных по языкам блоков декларативного вербального знания и процедурных блоков речевых механизмов, сформированных в ходе усвоения иноязычной знаковой системы» [7, с. 44–51].

Такое разнообразие определений, на наш взгляд, может быть связано с тем, что авторы выделяют разные виды полилингвизма, от которых и зависит сущность понятия. В издании *European Association Psychotherapy & Coaching Trainer Psy Positum* под редакцией А. Зельцер говорится о существовании следующих видов: национальный и индивидуальный полилингвизм. Первый из них подразумевает употребление нескольких языков в определенной социальной общности, что скорее соотносится с понятием «полиглоссии», в то время как второй – употребление индивидуумом нескольких языков, каждый из которых предпочитается в соответствии с определенной коммуникативной ситуацией – непосредственно полилингвизм [8].

Функционирование такого множества понятий в концепте полилингвизма мы связываем также с наличием его форм – билингвизма и трилингвизма (или двуязычия и трёхязычия). На данный момент под категорией двуязычия чаще всего подразумевается переключение двух языковых кодов – родного и неродного языков. Важно отметить, что многоязычие и трилингвизм совершенно разные понятия: многоязычие предполагает способность пользоваться четырьмя и более языками для коммуникативных целей.

Относительно термина «триглоссия» до сих пор существует множество споров. Н.В. Барышников, рассматривает «триглоссию» и «трилингвизм» как синонимы и имеет в виду «сосуществование трёх языков в речемыслительной сфере индивида, который использует эти языки в различных коммуникативных ситуациях в зависимости от цели общения, места реализации акта коммуникации и т.д.» [9, с. 52].

В научную литературу термин «диглоссия» был введён в 1959 году американским исследователем Ч.А. Фергюсоном, который определяет её как языковую ситуацию, при которой в дополнение к первичным диалектам одного языка существует ещё один, высоко кодифицированный обязательный вариант языка, используемый обычно в официальной сфере [10]. Таким образом, главное отличие билингвизма от диглоссии (а также трилингвизма и триглоссии) состоит в том, что в первом случае несколько языков сосуществуют параллельно, во втором же случае взаимодействуют ранжированные подсистемы одного языка или несколько языков,

различающиеся «по признакам функциональности и престижности» [11, 12].

Следующая особенность функционирования двух понятий «полилингвизм» и «трилингвизм» – это их виды. Особые виды двуязычия и триглоссии подразумевают изучение иностранных языков в школе (общеобразовательной или частной), а также в вузе: «ложное двуязычие» [9, с. 9], «искусственный билингвизм», «ложная триглоссия».

Опираясь на исследования выше указанных учёных, мы сформулировали собственные определения «полилингвизма» и «триглоссии».

- Полилингвизм – это способность индивида эффективно осуществлять коммуникацию на родном и нескольких иностранных языках.
- Триглоссия – это сосуществование трёх языков или трёх систем/диалектов/форм одного и того же языка в обществе, имеющие разное положение в обществе и функционально распределённые по сферам использования.

Таким образом, можно сделать вывод об актуальности изучения данной темы. Мы предполагаем, продолжить работу в данном направлении, затронув особенности обучения третьему иностранному языку в условиях трилингвизма в рамках высшего учебного заведения.

Литература

1. Вайнрайх, У. Языковые контакты. Состояние и проблемы исследования [Текст] / У. Вайнрайх. – Благовещенск: БГК им. И.А. Бодуэна де Куртенэ, 2000. – С. 197–198.
2. Фомин, М.М. Обучение иностранному языку в условиях многоязычия (двуязычия) / М.М. Фомин. – Москва, 1998. – 213 с.
3. Позднякова, А.А. Билингвизм и проблемы образования / А.А. Позднякова // Наука и школа. – 2011. – №3. – С. 13–17.
4. Пуссинен, О. Типы коммуникативных неудач при владении русским языком в качестве функционально непервого / О. Пуссинен // Языки соседей: мосты или барьеры? Проблемы двуязычной коммуникации. Сборник статей под редакцией Н.Б. Вахтина. – Санкт-Петербург: Издательство Европейского университета в Санкт-Петербурге, 2011. – С. 32–69.
5. Бразговская, Е.Е. Автоперевод и самоидентичность в корпусе текстов билингвального автора / Е.Е. Бразговская // Человек. Культура. Образование. – 2014. – №3 (13). – С. 21–37.
6. Щепилова, А.В. Теория и методика обучения французскому языку как второму иностранному [Текст]: учеб. пособие для вузов / А.В. Щепилова // Москва: Гуманитар. изд. центр ВЛАДОС, 2005. – 245 с.
7. Уланович, О.И. Языковое сознание: особенности структуры в условиях двуязычия / О.И. Уланович // Вестник ТГУ. – 2010. – №1. Уланович, О.И. Языковое сознание: особенности структуры в условиях двуязычия / О.И. Уланович // Вестник ТГУ. – 2010. – №1. – С. 44–51.
8. Zelcer, A. «Адаптация билингвальных детей в условиях эмиграции. European Association Psychotherapy & Coaching Trainer Psy Positum EAPCT» / A. Zelcer // Екатеринбург: Лит-агент Ридеро, 2017. – 50 с.
9. Барышников, Н.В. Дидактический трилингвизм. [Текст] // Н.В. Барышников. // Теоретическая и экспериментальная лингводидактика (сборник статей). – Пятигорск, 2003. – С. 6–15.

10. Fergusson Ch. Diglossia / Ch. Fergusson // Word. – 1959. – №4. – P. 325–340.
11. Нагорная, Л.П. Политический язык и языковая политика: диапазон политической лингвистики / Л.П. Нагорная // Киев: Святогляд, 2005.
12. Швейцер, А.Д. Социоллингвистика / А.Д. Швейцер // Лингвистический энциклопедический словарь / ред. В.Н. Ярцева. – М.: Советская энциклопедия, 1990. – С. 8–22.

УДК 81'25
ГРНТИ 16.31.41

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ГОВОРЯЩИХ ИМЕН (НА МАТЕРИАЛЕ РОМАНА У. ЛЕ ГУИН «ВОЛШЕБНИК ЗЕМНОМОРЬЯ»)

TRANSLATION FEATURES OF THE SPEAKING NAMES (BASED ON “THE WIZARD OF EARTHSEA” BY W. LE GUINE)

А.Е. Попова

Научный руководитель: Н.В. Крицкая, канд. филол. наук, доцент

Томский государственный педагогический университет, г. Томск, Россия

Ключевые слова: ономастика, онимы, имя собственное, «говорящее имя», способы перевода.

Key words: onomastics, onyms, proper name, “speaking name”, methods of translation.

Аннотация. При переводе художественной литературы особого внимания заслуживают имена собственные. Поскольку строгих правил их перевода нет, языковые посредники часто трансформируют имена собственные посредством наиболее употребляемых способов их перевода, которые будут рассмотрены ниже в данной статье. Такие способы трансформации не всегда уместны, и передача «говорящих имен» на язык перевода – один из таких случаев.

«Имя собственное – это существительное, обозначающее слово или словосочетание, которое называет конкретный, определённый предмет или явление, выделяющее его из ряда однотипных. В отличие от других слов, имя собственное не связано с понятием, а его основное значение заключается в его связи с обозначаемым» [1, с. 105].

Дав определение данному понятию, мы можем рассматривать и «говорящие имена». *Смысловое («говорящее») имя – это вид тропа, в некоторой степени равнозначный метафоре и сравнению и используемый в стилистических целях для характеристики персонажа [2, с. 6].*

Раздел языкознания, изучающий любые собственные имена, историю их возникновения и трансформации в результате длительного употребления в исходном языке или в связи с заимствованием из других языков, называется *ономастика* [3, с. 40].

Раздел ономастики, изучающий имена собственные, которые функционируют в художественных произведениях, называется *фиктонимика* [2, с. 55].

Таким образом, можно сказать, что данная статья посвящена анализу перевода *фиктонимов* – имен, употребляющихся в художественных произведениях, то есть имен героев, созданных творческим воображением писателя.

На тему перевода «говорящих имен» сложились определенные традиции, а также существуют современные тенденции. Несмотря на то, что каких-либо общих правил перевода «говорящих имен» и фамилий не существует, можно проследить некоторые особенности [4, с. 55].

Пожалуй, самая распространенная стратегия при переводе «говорящих имен» и фамилий – это буквальный перевод немаркированной основы с сохранением иноязычных суффиксов и окончаний, которые указывают на национальность персонажа: *painter A. Fresco* – «художник А. Фреско» (*ит. fresco* – «фреска»), *general Goodwin* – «генерал Побединг» (*англ. good win* – «славная победа») [4, с. 55].

1. При *транскрипции* имя записывается кириллицей, при этом упор делается на точное соответствие исконному звучанию слова на языке оригинала. Из-за различия некоторых звуков в языках оригинала и перевода (в нашем случае, английском и русском), возможно существование нескольких вариантов транскрипции [4, с. 57].

2. При *транслитерации* вариативность передачи иноязычного имени меньше, поскольку перевод слова ограничивается количеством букв в алфавите языка перевода. Следовательно, побуквенный перевод далеко не всегда соответствует реальному звучанию слова в языке оригинала. Кроме того, вариант на языке перевода может отличаться от оригинального до неузнаваемости.

Обычно переводчики произведений художественной литературы *транслитерируют* и *транскрибируют* имена и фамилии, а также трансформируют их посредством *транспозиции*, т.е. подбирая ближайшее по звучанию соответствие имени собственного в языке перевода. Это объясняется стремлением избежать чрезмерно эмоциональной окраски, из-за которой имя может превратиться в прозвище, а также рядом других соображений – например, желанием подчеркнуть национальность персонажа.

Но если в имени или фамилии содержится характеристика героя, их экспрессивная и стилистическая функции начинают доминировать над чисто номинальной.

К существующим способам перевода имен собственных относятся *транскрипция*, *транслитерация*, *транспозиция*, *калькирование* (*полукалькирование*), *трансплантация*, *деонимизация*, *эвфоническая передача*, *создание неологизма*, *уподобляющий перевод* (*функциональная замена*), *описательный перевод*, *конкретизация*. Мы рассмотрим только те способы перевода, которые встречаются в проанализированном материале:

3. Полукалькирование

Полукальки представляют собой частичные заимствования слов и выражений, состоящие частично из элементов исходного языка, частично из элементов языка принимающего. Например, *Bloody Mary* – *Кровавая Мэри* [5, с. 301].

4. Деонимизация

Данный прием используется для передачи антропонимов-метафор и топонимов-метафор, которые в переводном языке неизвестны или не имеют сходного метафорического потенциала. В качестве примеров деонимизации, как правило, выступают антропонимы, т.е. имена людей, которые известны своими поступками, запоминающимися внешними признаками или чертами характера, и сближение имени собственного с нарицательным происходит в связи с устойчивыми и яркими ассоциативными связями [3, с. 211].

5. *Экспликация* встречается в виде уточнения в тексте, или комментария переводчика в виде сноски, например: *компания LG; Utah – штат Юта* [2, с. 90].

6. Создание неологизма

Создание неологизма – это прием, использующийся при создании нового имени собственного по причине отсутствия словарного соответствия в переводимом языке, либо при желании переводчика выделить тот или иной персонаж. Например, *Piglet (поросенок) – Пятачок*;

7. Уподобляющий перевод (функциональная замена)

Данный способ перевода употребляется довольно часто, например, весьма распространен подбор функционального эквивалента, который вызывает у читателя перевода такие же ассоциации, как и у читателя исходного текста. Например, *tiffin – сдоба* [5, с. 301].

8. *Конкретизация* – подбор для перевода в оригинале лексемы с более конкретным значением в переводящем языке.

При переводе «говорящих имен» и фамилий очень важно принимать во внимание стилистическую окраску. Стилистическая окраска значимого элемента в переведенном тексте должна соответствовать или быть близкой к его стилистической окраске в оригинале. При этом точный перевод немаркированной основы очень часто отступает на второй план: *priest Beads* (англ. *beads* – «четки», нейтральная эмоциональная окраска) – «священник Четкинс») – нейтральная эмоциональная окраска), но *gardener Glumboso* (англ. *glum* – «мрачный», негативная эмоциональная окраска) – «садовник Развороль» (негативная эмоциональная окраска).

Определив способы перевода имен собственных, мы можем рассматривать особенности перевода «говорящих имен», используемых в романе У. Ле Гуин «Волшебник Земноморья».

Роман У. Ле Гуин «Волшебник Земноморья» ориентирован на юного читателя. В связи с этим, автором была предпринята попытка подчерк-

нать те или иные качества героя путем смежности его имени и обозначаемого качества характера или роли в произведении. Поскольку морфологические словообразовательные особенности в русском языке шире и разнообразнее, чем в английском, при трансформации их на русский язык перед переводчиком открывается больший простор для творчества в переводе таких лексических единиц. Эту закономерность можно проследить на примере *фигтонимов*. Мы рассмотрим несколько самых наглядных примеров перевода «говорящих имен» романа в переводе Ириной Тогоевой, который считается наиболее удачным, и анализировать способы их трансформации на русский язык.

Общая идея данного романа жанра фэнтези заключается в том, что у всех существ и предметов, помимо *имени собственного* или *нарицательного*, есть *истинное имя*, которое никому нельзя говорить, можно доверить лишь самым близким, т.к., узнав его, человек получает власть над его владельцем. Как и во многих других произведениях жанра фэнтези, действие романа происходит в школе волшебства, где обучаются юные волшебники. Ворота школы открывает перед новыми учениками один из преподавателей школы, с имени которого начинается использование автором «говорящих имен».

1. *Doorkeeper* – Привратник

Данное «говорящее имя» образовано на основе отличительного качества героя, а именно, – действия, которое он выполняет: «открывает ворота». Автор нарек его *Doorkeeper*, что переведено как *Привратник* (уст.), т.е. перевод был осуществлен посредством *деонимизации с конкретизацией слова*. Соответствия лексемы *doorkeeper* в русском языке – «*привратник*» и «*швейцар*». Поскольку лексема «*привратник*» – устаревшая в языке, а отличительной чертой текста является архаичный стиль, переводчик выбрал именно устаревший вариант. Однако, поскольку слово больше «не на слуху», а читатель может не знать его значения, здесь требуется *экспликация* в виде пояснения.

2. *Summoner* – Заклинатель

Преподавателя, обучающего волшебным заклинаниям, автор английского текста назвал *Summoner*. Имя собственное переведено на русский язык посредством *функциональной замены*. В английском языке есть дериват от глагола «*to summon*» – «*вызывать*» (*summoner*), которое дословно переводится как «*призыватель*». Именно так автор назвал героя в произведении на английском языке: *Summoner* – «*Призыватель*». Имя собственное можно объяснить общим содержанием романа жанра фэнтези, где герои «призывали волшебство». Однако, дословный перевод на русский язык не передавал бы семантики имени, которую заложил автор; поэтому переводчик, учитывая контекст всего произведения, трансформировал его на русский язык, подобрав наиболее близкое соответствие, которое передает заложенный в лексической единице

смысл: в романе герой «призывает заклятия». Переводчик, используя эту смежность и одно из значений в русском языке слова «*заклинать*» – «*подчинять себе, произнося магические слова*», – назвал персонажа именно так. Поскольку «говорящее имя» отражает род деятельности персонажа и его роль в произведении, оно вызывает нужные ассоциации.

3. *Namer* – *Ономатет*

Героя, который занимался тем, что разгадывал скрытые истинные имена вещей, в англоязычном тексте зовут *Namer*. Имя собственное переведено посредством *создания неологизма*. Ближайшее соответствие глагола «*to name*» – «*называть*». Однако в литературном русском языке нет однокоренного существительного. Помимо основной причины выбора способа трансформации с одного языка на другой, использование корня-основы *-ном* могло быть связано со стремлением переводчика придать имени собственному большей оригинальности и отослать читателя к мифологии: слово «*ономатет*» обозначает «*создателя наименований всего сущего*». Зная сюжет романа и значение лексемы, читатель поймет, что это «говорящее имя». Однако читатель может не знать значения слова, поэтому перевод требует *экспликации* в виде пояснения.

4. *Patterner* – *Путеводитель*

Одно из значений существительного «*pattern*» – «*пример для подражания*»: именно это значение было положено в основу создания имени. Оним переведен посредством *деонимизации*. В русском языке слово «*путеводитель*» означает справочник о каком-либо месте, который используют туристы, т.е., иными словами, они следуют по маршруту, указанному в путеводителе; студенты *следуют примеру* персонажа-преподавателя. Именно эта смежность понятий послужила основой для трансформации имени на язык перевода.

5. *Windkey* – *Ветродуй*

Перевод имени собственного представляет собой *полукальку* – первая часть имени переведена соответствием, вторая – посредством *ассоциативной модуляции*. Автор хотел передать в имени собственном способность героя управлять погодой, и использование во второй части лексемы морфемы *-key* (*ключ*) обосновано с этой точки зрения. Перевод посредством *полного калькирования* вызвал бы неверные ассоциации и звучал неблагозвучно, поэтому переводчик подобрал ассоциацию, которая может возникнуть в связи со словом «ветер» в контексте произведения, и использовал ее во второй части.

Таким образом, на языке перевода данная ономастическая единица моментально вызывает нужные ассоциации и сохраняет способ образования в оригинале – образовано путем словосложения в английском языке, и сохраняет также два корня в переводе.

6. *Hand* – *Ловкая рука*

Мастера, обучающего фокусам и превращениям, в англоязычном тексте звали «*Hand*» (*рука*), переводчик трансформировал имя как *Ловкая рука*; имя собственное переведено посредством *деонимизации с добавлением слова* для конкретизации значения – «*Ловкая рука*». Добавление атрибута мотивировано желанием переводчика дать более точное указание на род деятельности героя. Таким образом, можно сказать, что официальный вариант перевода даже наиболее удачен, чем имя собственное в оригинале, потому что оно легче вызывает верные ассоциации.

7. *Changer* – *Метаморфоз*

Имя персонажа образовано посредством *функциональной замены* от существительного-derivata «*changer*», первое значение которого – «*человек, который меняет что-то*». В русском языке дословный перевод вызвал бы неверные ассоциации; более того, по нашему мнению, сохранив корень -мен, переводчик утратил бы в переводе ассоциацию с именем собственным. «*Метаморфоз*» обозначает видоизменение, превращение, переход в другую форму. Лексема «*метаморфоз*» воспринимается непривычно и, по нашему мнению, интереснее, и напоминает имя собственное. Мы считаем официальный вариант перевода удачным, поскольку он вызывает верные ассоциации, связанные с героем.

Перевод «говорящих имен» – непростая переводческая задача. Нужно понимать, когда их использование мотивировано, а когда лучше избежать такого каламбура. Повторим, что формирование «*говорящих имен*» и фамилий из различных самостоятельных слов или их частей является одним из подвидов каламбура и может служить для создания сатирического или юмористического эффекта. Данный вид тропа широко используется в художественной литературе для создания более яркого художественного образа.

Основываясь на проанализированном материале, можно сделать вывод, что распространенными способами перевода *фиктонимов*, когда автор хочет выделить персонаж по каким-либо признакам или высмеять его, являются *деонимизация* и *функциональная замена*. При переводе имен собственных возможна *трансформация на грамматическом уровне*. Важно учитывать стилистическую окраску при передаче онимов, особенно «говорящих имен» в художественных произведениях.

Литература

1. Матвеев, С.Н. Современный самоучитель: учеб. пособие для школьников / С.Н. Матвеев. – Изд. 2-е – Москва: Эскимо, 2002. – 72 с.
2. Подольская, Н.В. Словарь русской ономастической терминологии / Н.В. Подольская. – Москва: Вильямс, 1978. – 187 с.
3. Илюшкина, М.Ю. Теория перевода. Основные понятия и проблемы: учеб. пособие / М.Ю. Илюшкина, М.Ю. Матвеев, М.О. Гузикова. – Москва: Флинта, 2018. – 211 с.

4. Гарбовский, Н.К. Теория перевода / Н.К. Гарбовский. – Москва: Изд-во Моск. ун-та, 2004. – 54 с.
5. Влахов, С.А. Язык и перевод (Вопросы общей и частной теории перевода) / С.А. Влахов, Л.С. Бархударов. – Москва: Международные отношения, 1975. – 240 с.
6. Виноградов, В.С. Введение в переводоведение (общие и лексические вопросы) / В.С. Виноградов. – Москва: Изд-во института общего среднего образования РАО, 2001. – 224 с.

УДК 81.00
ГРНТИ 16.21.25

АНАЛИЗ КОНЦЕПЦИЙ И ГИПОТЕЗ О ПРОИСХОЖДЕНИИ ЯЗЫКА

THE ANALYSIS OF THE CONCEPTS AND HYPOTHESES OF THE ORIGIN OF LANGUAGE

Д.А. Рубцова

Научный руководитель: Т.Н. Бабакина, канд. филол. наук, доцент

Томский государственный педагогический университет, г. Томск, Россия

Ключевые слова: анализ, теории, концепции, предпосылки, язык, происхождение, речь, глоттогония.

Key words: analysis, theories, concepts, premises, language, origin, speech.

Аннотация. В данной статье рассматривается проблема возникновения языка. Дается определение языка, описываются его функции, проводится анализ ранних и современных гипотез о его происхождении.

Происхождение языка уже давно интересует человека. Еще античные философы, такие как Платон и Демокрит, рассуждали на эту тему. И даже спустя тысячелетия, в современном мире продолжают выходить в свет книги и статьи, посвящённые данному вопросу. Причина такого большого интереса кроется в том, что проблема возникновения языка так и не была до конца изучена. Язык возник очень давно, поэтому сложно понять его истоки. Обилие современных и мертвых языков, так сильно отличающихся друг от друга, не улучшает ситуацию, а лишь затрудняет ее. Большое количество работ ученых и лингвистов породило множество теорий, о которых и пойдет речь в данной статье.

Изучение вопроса о происхождении языка необходимо начать с определения понятия «язык» и описания его функций. Однако такой сложный и объемный вопрос нельзя рассматривать с точки зрения одной лингвистики. Язык изучают многие науки, такие как психология, биология, философия. Язык – это не только средство общения людей, но и звуковое выражение мысли, воли человека, его духовное выражение. Для изучения проблемы происхождения языка необходимо представить его в виде определенной целостной структуры, а не только в виде средства общения.

Таким образом, **язык** – это система фонетических, лексических и грамматических средств, являющаяся орудием выражения мыслей, чувств, волеизъявлений и служащая важнейшим средством общения людей [1].

Для начала необходимо разделить понятия «речь» и «язык». **Речь** – это индивидуальные особенности, манера говорения индивида: ошибки в произношении, дефекты речи, любовь к определенным типам предложений, употребление необычных слов. **Язык** же подразумевает под собой систему, которая является общей для всех людей. Соответственно, речь – это индивидуальное явление, а язык – социальное.

На сегодняшний день языки принято разделять на:

- Этнические. Это языки, возникшие в результате общения между собой людьми одного ареала или этноса (например, русский, французский, арабский)
- Контактные. Возникшие при взаимодействии различных этносов или созданные носителями разных этносов при необходимости коммуникации
- Плановые. Это языки, которые были искусственно созданы человеком (Самый известный пример – эсперанто, который в 1887 году изобрел Людвик Лазарь Заменгоф) [2].

Для детального изучения языка недостаточно рассматривать его с одной точки зрения, так как язык включает в себя особенности, характерные для различных явлений.

Язык является важнейшим социальным и общественным явлением, а также важнейшим элементом социализации человека. Только находясь в обществе и слыша речь других людей, человек имеет возможность вырабатывать социальные навыки, одним из которых является общение или владение языком. Это значит, что язык играет важную роль в формировании сознания и развитии человека. Также, общество людей является важнейшим источником языка, а сам язык возник из-за влияния на него людей, и до сих пор развивается под воздействием общества. Эти признаки указывают на то, что это социальное явление.

Кроме того, язык можно считать биологическим явлением. Человек на протяжении жизни растет, развивается, а вместе с тем развивается и его речь. Такие действия как потребление пищи, сон, хождение, мыслительные процессы стоят в одном ряду с языком. Однако, как уже было сказано, язык не передается по наследству, а усваивается ребенком при жизни в социуме, говорящем на каком-либо языке.

Принято выделять пять основных функций языка:

1) Коммуникативная.

Является важнейшей языковой функцией. Язык рассматривается как средство общения и обмена мыслями. В широком смысле она заключается в регуляции поведения общества.

2) Когнитивная.

Язык – как способ сообщения и хранения информации о жизни человека, средство обобщения и закрепления человеческого отражения действительности.

3) Мыслительная.

Эта функция подразумевает тесную связь речи и мышления. С помощью языка человек учится размышлять, создавать планы, выразить свои мысли и создавать термины новым предметам.

4) Номинативная.

Язык выступает средством познания, накопления информации, знаний человека или общества.

5) Историко-культурная.

Передача знаний и общественно-исторического опыта общества через язык [3].

Некоторые исследователи выделяют также экспрессивную функцию, где язык сопровождается «выразительными» движениями: жестами, мимикой, и используется для регулирования эмоций, привлечения внимания, объяснения чего-либо собеседнику, однако она не имеет всеобщего характера, поэтому ее чаще всего не включают в общий список [4].

Перед тем как перейти к анализу концепций о происхождении языка, необходимо познакомиться с предпосылками его возникновения. Язык не возник случайно, так как он претерпевал изменения на протяжении многих веков и даже тысячелетий, а это значит, что для его появления были причины.

Сам процесс происхождения языка называют глоттогонией, образованное от греческого слова *glotta* (язык) и *gonos* (рождение) [5].

По мнению ученых, образование языка предполагало природные, биологические и общественные предпосылки.

К природным предпосылкам относят появление жизни на земле и наличие воздуха, из-за наличия которого стали возможны разные звуки и, следовательно, возник первый язык.

К биологическим предпосылкам можно отнести освобождение передних конечностей для труда, выпрямление походки, вертикальное положение скелета человека, что предполагало другое расположение органов, из-за чего и стал возможным язык, появление первых звуковых сигналов.

Общественные предпосылки представляют собой наличие общества. Как уже было сказано, язык – это социальное явление, то есть он может возникнуть и развиваться только в обществе людей. Даже в современном мире именно биологические и общественные факторы необходимы для образования речи у человека, а значит, важнейшим условием для развития языка является социум и возможность человека слушать и воспринимать речь других людей [6].

На протяжении многих веков изучения языка основными источниками концепций и гипотез о его происхождении являлись труды античных авторов. С античности сложилось множество различных теорий. Их изучение стоит начать с самых ранних – а именно античных и божественной теорий.

Божественная (она же логосическая) *теория* возникла на ранних этапах развития цивилизации. Ее придерживались такие мыслители, как Платон, немецкие ученые И. Гердер, Г. Лессинг и другие [7]. Она подразумевает, что язык произошел от божественного начала – Бога (или Логоса) и был дан человеку свыше. В большинстве религий затрагивается появление языка, и в каждой из них оно связано с высшим существом – Богом, который и даровал язык людям. Развитие науки способствовало появлению новых знаний о земле, ее биологических и социальных законах, и божественная теория со временем потеряла свою актуальность.

В Древней Греции был актуален спор между «натуралистами» и «конвенционалистами». Учителем первых был Гераклит, а учителем вторых – Демокрит. Натуралисты считали, что слова создавались в соответствии с природой обозначаемых ими вещей, в именах раскрывается их сущность, а имя отражает природу обозначаемой вещи. Именно они вывели звуко-символическую теорию, по которой отдельные звуки обладают некоторым значением. Это позволяет для создания новых слов подбирать такие звуки, которые соответствуют природе обозначаемых ими вещей. Конвенционалисты утверждали, что слова – это результат соглашения (то есть конвенции) между первыми людьми. Демокрит подтверждал свою теорию тем, что многие слова имеют по несколько значений и могут обозначать разные вещи, а многие понятия не имеют словесных обозначений. Этот спор был зафиксирован в знаменитом диалоге Платона «Кратил» и повлиял на представление людей о языке, став источником многих современных гипотез.

Изучение современных концепций стоит начать со *звукоподражательной теории*. Впервые о ней впервые заговорил античный философ Платон, но именно Макс Миллер вывел ее в отдельную гипотезу. Ее суть состоит в том, что человек, слыша звуки природы, пение птиц, выкрики животных, подражал этим звукам и со временем выработал речевой аппарат, а затем и отдельные слова, которые ассоциировались у него с определенным животным или явлением. Пожалуй, самый известный пример звукоподражания – это вид птиц – кукушка, чье название произошло от звука, издаваемого ею.

Немецкий ученый Г. Лейбниц тоже рассуждал над этой теорией. Он полагал, что звукоподражание свойственно только корневому языку, от которого произошли все производные, поздние языки. Также, он считал, что словопроизводство производных языков становилось всё менее «естественно звукоподражательным» и всё более символическим.

Теории междометий придерживались такие ученые и лингвисты, как Жан Жак Руссо, Д. Кудрявский и другие. Согласно ей язык произошел от невольных выкриков человека – междометий, которые он мог произносить под воздействием внешних раздражителей или внутреннего состояния, испытывая такие чувства, как боль, радость, страх. Это кажется верным, ведь междометия входят в словарный запас каждого человеческого языка. Как утверждал Руссо, человек пришел к языку через страсти и эмоции, а, соответственно, именно экспрессивная функция, то есть выражение своих эмоций, является важнейшей. Также, Д. Кудрявский считал, что междометия являлись наиболее эмоциональными словами, в которые первобытный человек вкладывал различные значения в зависимости от ситуации. Именно переход междометий в слова связан с возникновением членораздельной речи.

Еще одна теория, основывающаяся на выкриках – это *трудовая теория Ф. Энгельса*. Ее разрабатывали Ф. Энгельс и Л. Нуаре. Они утверждали, что язык возник из выкриков, сопровождавших коллективный труд, например, при охоте или перемещении тяжелых предметов. Это значит, что происхождение языка неразрывно связано с обществом, коллективом. Ф. Энгельс в своей работе «Диалектика природы» говорит о том, что именно прямохождение, которое развилось у человека под воздействием труда, является главным фактором происхождения языка у древнего человека. Чтобы координировать свои действия, у людей появилась потребность что-то сказать друг другу, из-за чего у них возникла гортань, а органы рта постепенно научались произносить один членораздельный звук за другим [8].

Теория социального договора имеет сходство с трудовой. Согласно этой теории, люди могли «договориться» о тех или иных словах. При общении люди «договариваясь» и запоминали структуру слов, тем самым создавая первые языки. Человек, услышав звук, которым другой обозначает предмет, со временем запоминал его и использовал в своей речи. Так же как и предыдущая теория, она гласит, что язык возник только благодаря обществу, и может развиваться и существовать только пока на нем говорит определенная группа людей.

В заключение, стоит еще раз упомянуть, что, несмотря на такое большое количество работ, посвящённых лингвистике и языкознанию, происхождение языка так и не было до конца изучено. Проанализировав полученную информацию, можно сделать вывод, что ранние гипотезы опирались в основном на античные представления о мире и религию, а современные концепции более конкретны. Ученые все чаще используют эксперименты и другие научные исследования для понимания причин возникновения человеческой речи, но так и не пришли к единственному верному выводу, что делает язык одним из самых сложных и интересных явлений.

Литература

1. Определение термина «язык» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.textologia.ru> (дата обращения: 25.12.18).
2. Язык [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org> (дата обращения: 23.01.19).
3. Функции языка [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://psyera.ru/3501/funkcii-yazyka>.
4. Кондрашов, Н.А. Общее языкознание: курс лекций: в 2 ч. / Н.А. Кондрашов // Изд-во МОПИ. – 1972–1974. – С. 123.
5. Глоттогония [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org>.
6. Реформатский, А.А. Введение в языковедение: учебник для высших педагогических учебных заведений: 5-е изд., уточн. / А.А. Реформатский; науч. ред. В.А. Виноградов // Аспект Пресс. – 1996. – С. 459–462.
7. Вендина, Т.И. Введение в языкознание: учебное пособие для педагогических вузов / Т.И. Вендина // Высшая школа. – 2001. – С. 32.
8. Даниленко, В.П. Введение в языкознание: курс лекций / В.П. Даниленко // Флинта: Наука. – 2010. – С. 14.

УДК 811.521
ГРНТИ 16.21.27

ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ЛЕКСЕМ С КОМПОНЕНТОМ «ДРУЖБА» (НА МАТЕРИАЛЕ РУССКОГО И ЯПОНСКОГО ЯЗЫКОВ)

LINGUISTIC AND CULTURAL ANALYSIS OF THE LEXEMES WITH THE COMPONENT “FRIENDSHIP” (ON THE MATERIAL OF THE RUSSIAN AND JAPANESE LANGUAGES)

К.А. Савощенко

Научный руководитель: А.А. Ким, д-р филол. наук, профессор

Томский государственный педагогический университет, г. Томск, Россия

Ключевые слова: лингвокультурологический анализ, культура, лексическая семантика, лексема, дружба, общение.

Key words: linguocultural analysis, culture, lexical semantics, lexeme, friendship, communication.

Аннотация. Данная статья посвящена сопоставительному анализу лексем с семантическим компонентом «дружба» в русском и японском языках. Автором дано определение понятия «дружба» в русском и японском языках и рассмотрены лексемы, имеющие прямое отношение к данному понятию. Выявлены характерные семантические компоненты, присущие каждой лексеме в изучаемых языках.

Язык – универсальное явление, которое возникает в человеческом обществе в результате деятельности каждого индивидуума и народа в целом. Люди, как субъекты социальной деятельности, не могут существовать вне

общества или человеческой культуры, поскольку носители языка являются носителями родной культуры. Язык также является национально-культурным кодом, так как тесно связан с культурой [1].

Лингвокультурный аспект включает изучение языковых единиц, имеющих национально-культурную самобытность и являющихся хранителями специфических характеристик этнического менталитета.

Предметом данного исследования являются лексические единицы русского и японского языков, обозначающие феномен дружбы и обозначения людей, участвующих в дружественных отношениях, а также выявление лингвокультурологических особенностей данных лексем.

Материал для исследования отобран из научной литературы и проверен методом интервьюирования носителей изучаемых языков.

Прежде всего, стоит отметить, как понятие «дружба» понимается в русской и японской лингвокультурах. В «Толковом словаре современного русского языка» Д. Ушакова дружба объясняется как «близкие приятельские отношения, тесное знакомство вследствие привязанности и расположения. Долголетняя дружба. Сделай мне это по дружбе. Водить дружбу с кем-н., Не в службу, а в дружбу – по доброте, из любезности. Не в службу, а в дружбу: принеси мне воды». Преимущественно для русской культуры феномен дружбы понимается как нечто неформальное, располагающее к близкому общению [2].

В японском языке слово «дружба» обозначается иероглифом “友情” (ю:дзё), который графически представляет собой сочетание слов «друг, товарищ» и «чувство, любовь». В японском языке «дружба – человеческие взаимоотношения, основанные на доверии, искренности, взаимных симпатиях, общих интересах и увлечениях» [2].

Таким образом, рассмотрев трактовку понятия «дружба» в русском и японском языках можно прийти к выводу, что в сравниваемых языках данное понятие обозначает тесные взаимоотношения между людьми, основанные на привязанности и доверии. Стоит отметить, что значение данной лексемы в японском языке шире, поскольку формально сочетает лексемы «друг» и «любовь».

Для лучшего понимания понятия «дружба» следует рассмотреть лексемы сходной семантики, которые помогают взглянуть глубже и оценить важность данного понятия для русской и японской ментальности.

1) Друг

По определению Д.Н. Ушакова, «друг – близкий приятель, лицо, связанное с кем-нибудь дружбой» [3]. В данном определении лексема «друг» объективирует признак, что дружба возможна не только между людьми одного пола, но если люди духовно близки и между ними царит взаимопонимание, то дружба может существовать и между мужчиной и женщиной.

Для привлечения дополнительной информации по семантике данной лексемы следует рассмотреть ее сочетаемость: искренний, близкий, задушевный, испытанный, закадычный друг; друзья-товарищи; друзья детства; друзья до гроба (до конца, до смертного часа); друзья по оружию (вместе воевавшие против общего врага); друзья по несчастью.

2) Приятель

Источником лексемы «приятель» является прилагательное «приятный». Э.В. Урысон выделяет элемент «приятно» в значении слова и объясняет следующим образом: «Приятелей объединяет совместное проведение времени, общие вкусы, благодаря чему им приятно быть в компании друг друга» [4]. Таким образом, слово «приятель» – это хорошее знакомство с человеком и удовольствие, получаемое при общении с ним. Это означает радость, получаемую в процессе, но в отличие от слова «друг», она не включает в себя процесс обмена своим опытом с открытием души и оказания ему помощи.

Для привлечения дополнительной информации по семантике данной лексемы следует рассмотреть ее сочетаемость: старинный, давний приятель; друзья-приятели (разг.); пригласить к себе приятеля; завести приятелей.

3) Знакомый

В категории, описывающей дружбу в русской культуре, есть термин «знакомый», которые не был специально подробно рассмотрен Анной Вержбицкой. Лексема «знакомый» происходит от слова «быть знакомым», и поэтому оно просто указывает на факт знакомства, не детализируя сами отношения [5].

Для привлечения дополнительной информации по семантике данной лексемы следует рассмотреть ее сочетаемость: мой старый знакомый; встретить знакомого; круг знакомых; шапочный знакомый.

Из всех вышеперечисленных слов, лексема «друг» имеет максимально широкий семантический диапазон.

В японском языке лексемы дружественных отношений трактуются следующим образом:

1) Друг – человек, имеющий общие интересы и разделяющий с тобой приятное время препровождения. Как и в русской культуре, в японской так же существует дружба между полами, что отражается в лексемах с именным суффиксом «-кун» в ситуациях, когда суффикс «-тян» (уменьшительно-ласкательный суффикс) по каким-либо причинам неуместен (например, более старшие мужчины к молодым женщинам или девушкам) [6]. Для привлечения дополнительной информации по семантике данной лексемы следует рассмотреть ее сочетаемость: 親友 (шинью) – лучший друг, 仲良し (накаёши) – близкий, 偽りの友 (ицувари то томо) –

ложный друг, 心の友 (когоро но томо) – задушевный друг, 幼友達 (осананаджими) – друг детства.

2) Семантика слова «приятель» предполагает хорошее, продолжительное знакомство с извлечением удовольствия в процессе. На этой стадии дружественных отношений люди уже больше, чем знакомые (они имеют общие увлечения и т.д.), но ещё не друзья, чтобы доверять друг другу более личные темы при общении и т.д. Для привлечения дополнительной информации по семантике данной лексемы следует рассмотреть ее сочетаемость: 知己 (чики) – приятель, 良い\悪い (ии/варуи) – хороший/плохой.

3) Обычно к категории «знакомых» относятся люди, так или иначе связанные с профессиональной сферой деятельности (учебная, рабочая), и отношения поддерживаются крайне формально (поход с коллегами в бар в конце недели, например). Таким образом, «знакомый» – человек, о котором известно только имя и как он выглядит, не вдаваясь в подробности его увлечений и жизненных обстоятельствах.

Представим результаты в сопоставительном плане, основываясь на вышеприведенной информации, а также на результатах интервьюирования носителей японского языка:

Русские информанты (в кол-ве 7 человек, возрастом от 20 до 30 лет):

	Интенсивность общения	Продолжительность общения	Глубина	Неформальное общение
Друг	+ –	+ –	+	+
Приятель	–	+ –	+ –	+ –
Знакомый	–	–	–	–

В процессе исследования удалось выявить следующие черты, присущие или отсутствующие в дружеских отношениях в русской культуре:

1) Интенсивность общения – один участник позволяет себе переход на более личные темы общения. Переход может быть совершён при высокой степени доверия.

2) Продолжительность общения – количество времени, проведённое в общении друг с другом. Для такого вида понятий, как «друзья детства», «лучший друг», «близкий друг» продолжительность имеет существенное значение.

3) Глубина общения – затрагивание личных тем в процессе общения. Может проявляться как с другом, так и с приятелем, в зависимости от степени доверия.

4) Неформальность общения – отсутствие формального стиля общения между собеседниками. Может присутствовать при общении с другом или приятелем. Что касается лексемы «знакомый», то здесь важную роль играет положение в обществе (кто является знакомым – человек более старшего поколения или человек, стоящий выше по должности).

Японские информанты (в кол-ве 4 человек, от 19 до 23 лет):

	深さ (глубина)	頻度 (частота)	強度 (интенсивность)	非公式 (неформальность)
友達 (друг)	+	+	+	+ -
知り合い (приятель)	-	+ -	-	-
顔見知り (знакомый)	-	+ -	-	-

В процессе интервьюирования удалось выявить следующие черты, присущие или отсутствующие в дружеских отношениях в японской культуре:

1) Глубина общения – переход на более личные темы общения, без намерения нанести человеку обиду. Данная черта является главенствующей, поскольку по ней можно понять, насколько близки люди, находящиеся в дружественных отношениях. Высшая степень глубины достигается при становлении 親友 (шинью) лучшими друзьями. Тогда между ними возникает 阿吽の呼吸 (аун но кокю:) или понимание друг друга без слов.

2) Частота общения – регулярная периодичность встреч и совместного время провождения: может происходить с другом (совместные прогулки), приятелем (встречи в клубах по интересам и т.д.) и знакомым (на месте работы и учёбы).

3) Интенсивность общения – один участник позволяет себе переход на более личные темы общения. Переход может быть совершён при высокой степени доверия.

4) Неформальность общения – отсутствие формального стиля общения между собеседниками. Важную роль перехода на 呼び捨て (ёбисте) или более неформальный стиль общения является глубина взаимоотношений между людьми, возраст и положение.

В результате проведенного исследования были проанализированы лексемы с семантическим компонентом «дружба» в русском и японском языках. Основываясь на полученных данных можно заключить, что лексемы с компонентом «дружба» в исследуемых языках имеют как совпадения (наличие эквивалентных лексем, со сходными характерными чертами, такими как, интенсивность и неформальность общения), так и различия (характерные черты, выходящие на первый план (частота), совместимость с другими лексемами, нюансы, присущие каждой черте, культурные границы, проводимые между различными типами друзей, значение лексемы «знакомый» русской культуре имеет больший диапазон, чем в японской культуре). Стоит отметить, что понятие «дружба» или отдельные его компоненты неоднородны: у представителей разных культур они свои, и порой установленные границы могут не совпадать.

Литература

1. Маслова, В.А. Лингвокультурология: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. – Москва: Академия, 2001. – С. 208.
2. Савощенко, К.А. Сопоставительный анализ лингвокультурем дружбы (на материале русского и японского языков) / К.А. Савощенко // Наука и образование: материалы XVII научно-практической конференции студентов, аспирантов, молодых ученых (Томск, 16–26 апреля 2018 г.) – Томск, 2018. – С. 173–177.
3. Ушаков, Д.Н. Толковый словарь русского языка 2 том / Д.Н. Ушаков. – Москва: АстрельАст, 1995. – С. 1040.
4. Урысон, Е.В. Друг, товарищ, приятель. Новый объяснительный словарь синонимов русского языка / Е.В. Урысон. Под общ. рук. Ю.Д. Апресяна. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Наука, 2000. – С. 344.
5. Wierzbicka, Anna. Understanding Cultures Through Their Key Words: English, Russian, Polish, German, Japanese / Anna Wierzbicka – N.Y., Oxford: Oxford University Press, 1997. – 317 p.
6. Обращения в японском языке [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://nippon.temerov.org/gramat.php?page=2>.

УДК 81.25
ГРНТИ 16.21.33

ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ СМС-СООБЩЕНИЙ В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

LINGUISTIC FEATURES OF SMS-MESSAGES IN ENGLISH

А.К. Савчук

Научный руководитель: О.В. Щербакова, канд. филол. наук, доцент

Томский государственный педагогический университет, г. Томск, Россия

Ключевые слова: СМС-язык, СМС-сообщение, характерные черты СМС-сообщений, сокращения, морфологические особенности, пунктуационные особенности.

Key words: SMS-language, SMS-message, characteristics of SMS-messages, reductions, morphological features, punctuation features.

Аннотация. Данная статья посвящена одному из способов современной коммуникации – СМС-языку и его лингвистическим особенностям в английском языке. Анализируются морфологические и пунктуационные сокращения, приводится описание опроса на тему наиболее затруднительных сокращений.

Современный ритм жизни не позволяет людям тратить много времени и усилий для выполнения повседневных задач. Одной из таких задач является коммуникация между людьми. Актуальность данного исследования заключается в ежедневном использовании СМС-сообщений в качестве наиболее удобного и комфортного способа коммуникации. Миллионы людей по всему миру, отмечая характерные особенности СМС-языка, предпочитают звонку текстовое сообщение для повседневной

коммуникации. Так что же представляет собой, в таком случае, СМС-сообщение?

СМС-сообщение – Short Little Messages – это короткое текстовое сообщение, которое мгновенно передаётся через мобильную связь. При этом СМС-сообщение не может содержать в себе картинки, аудиофайлы или видеофайлы. Также СМС-сообщение имеет ограничение по объёму информации, а именно не должно превышать 160 знаков, включая пробелы. Этот стандарт был установлен в 1980-х годах как часть GSM (Global System for Mobile Communications) стандартов.

Стоит отметить, что СМС-сообщение выстраивается по принципу экономии времени и усилий, что приводит к сжатию и выбросу ненужной информации, более того, имеют место различные модификации слов. Главным признаком СМС-сообщений является ограниченность знаков, что приводит к различным лексическим, морфологическим, пунктуационным особенностям текстового сообщения. [1, с. 77]. Помимо этого, СМС-сообщения подразумевают передачу информации между определёнными группами людей, состоящих в определённых отношениях. Именно это обеспечивает своеобразное «шифрование» информации, которое понятно исключительно участникам переписки. Как правило, такое шифрование используется для сохранения конфиденциального характера информации.

М.Ю. Сидорова в своей работе «Интернет-лингвистика: русский язык. Межличностное общение» выделила следующие стандартные и фундаментальные признаки СМС-сообщения:

- Дистанционность передачи информации;
- Скорость передачи и получения информации;
- Информативную насыщенность;
- Монологичность и диалогичность;
- Наличие языковых особенностей;
- Электронный характер коммуникации;
- Интонирование (попытка отобразить интонационный рисунок речи);
- Нелинейность во времени (возможность исправлять, дописывать);
- Обусловленность ситуацией общения [2].

Наиболее важным признаком являются языковые особенности СМС-сообщений.

Первой и наиболее важной особенностью являются морфологические сокращения, используемые с целью передать больше информации благодаря меньшему количеству знаков. Морфологические особенности СМС-сообщений в английском языке включают в себя обширный список различных сокращений. Сокращения глаголов, существительных, местоимений имеют многочисленные формы, однако лишь некоторые активно используются в текстовых сообщениях.

Проанализировав Интернет-ресурсы [3, 4] и основываясь на работе А.А. Иониной [3, с. 21], было выделено пять типов сокращений:

1. Использование цифр вместо частей слов/местоимений (4, 2);
2. Название букв (R = are, U = you);
3. Исключение гласных (mmrs = memories);
4. Исключение артиклей;
5. Аббревиатура (ILY = I love you);
6. Акронимы (AKA = as known as).

Однако, по результатам опроса, проведённого среди студентов в возрасте от 18–30 лет, было выявлено, что наиболее «понятными» и распространёнными модификациями являются аббревиатуры и акронимы. Более того, в английском языке существует деление на «формальные» сокращения и «неформальные» [4]. Исходя из информации из Интернет-ресурсов, «формальные» сокращения представляют собой сокращения, используемые в деловой переписке, выраженные акронимами.

Акроним – это вид аббревиатуры, в котором слова сокращены до «первых» букв, произносимые слитно, например: AKA (also known as), ASAP (as soon as possible), FYI (for your information).

Отдельно стоит рассмотреть сокращения слов в качестве аббревиатур. *Аббревиатура* – сокращение слова до первых букв, которые невозможно произнести слитно (в отличие от акронимов). Примерами английских аббревиатур являются такие сокращения, как ILY – I love you, IMY – I miss you. Если же сравнивать степень использования аббревиатур и акронимов, то видимая разница в частоте их использования практически отсутствует. Использование аббревиатуры зависит зачастую от цели текстового сообщения: иногда неформальная переписка предполагает одну-две фразу между участниками:

“IMY”

“M2!”

В приведённом выше примере можно отметить, что аббревиатура “IMY” – I miss you не несёт в себе какой-то важной коммуникативной функции, однако имеет большое субъективное значение, кроме этого использование данного сокращения позволило сократить объем сообщения с десяти знаков (включая пробелы) до трёх.

Еще одним наиболее распространённым способом экономии знаков текстового сообщения является пунктуационное сокращение, к которым относится апостроф [5].

Апостроф – надстрочный знак запятой, выступающий в качестве одной из отличительных особенностей английского языка. Зачастую апостроф используют в качестве сокращения слов или наборов цифр. Как уже упоминалось, это довольно частое и даже привычное явление, поэтому существует большое количество примеров его использования как в сети Интернет, так и в личных переписках:

- does not = doesn't;
- 1990 = '90;
- not = n't;
- I am = I'm.

«Jack would've been so angry with himself if he didn't let AJ make his own decisions cuz Violet would've taken an L and Jack wouldn't have been prepared».

Последний пример выступает яркой иллюстрацией тому, что использование сокращений слов при помощи апострофа абсолютно не влияет на смысл, вложенный в текст сообщения, не затрудняет его чтение, а наоборот облегчает и позволяет прочитать сообщение более быстро.

Помимо сокращений в виде апострофа можно отметить и отсутствие некоторых знаков препинания перед такими предлогами, как “if” и “because” (в сообщении “cuz”). Это также объясняется тем, что отправитель сообщения не хочет тратить много времени на написание самого текстового сообщения, его цель – изложить информацию, передать смысл и суть, затратив при этом минимум усилий и времени.

Лингвистические особенности СМС-сообщений в английском языке, исходя из проведенного анализа и опросов, помогают экономить усилия для написания текстового сообщения, время и значительно сокращают количество знаков. По данным интернет-ресурса Engadget [6], в июле 2017 года только в одних Соединённых Штатах Америки было отправлено 781 миллиард сообщений за месяц, что свидетельствует о том, что СМС-язык пользуется огромной популярностью среди населения и не исключено, что в будущем данное явление будет обладать более расширенным списком особенностей, чем сейчас.

Литература

1. Бодулева, А.Р., Зарипова, А.З. Лингвистические особенности СМС-сообщений английского языка / Бодулева А.Р. / Инновационная наука. – 2016. – №2. – С. 76–78.
2. Сидорова, М.Ю. Интернет-лингвистика: русский язык. Межличностное общение. – Москва: 1989.ру, 2006. – 193 с.
3. Ионина, А.А. Особенности современного текстового мышления. SMS-язык. / МГПУ / Вестник МГПУ. Серия: филология. – 2008. – №2. – С. 19–23.
4. Сокращения в английском языке: общепринятые и неформальные / EasySpeak [Электронный ресурс]. – URL: <https://easyspeak.ru/blog/sovety-i-sekretы/sokrashheniya-v-anglijskom-yazyke> (дата обращения: 12.04.19).
5. Сокращения в английском языке: 2 вида [Электронный ресурс] / EasySpeak. – URL: <https://easyspeak.ru/blog/vsyo-o-grammatike/sokrashheniya-v-anglijskom-yazyke> (дата обращения: 12.04.19).
6. The first text message was sent 25 years ago [Электронный ресурс] / Engadget. – URL: <https://www.engadget.com/2017/12/03/first-text-message-25th-anniversary/> (дата обращения: 12.04.19).

ЛИНГВОКУЛЬТУРНАЯ АДАПТАЦИЯ ПРИ ПЕРЕВОДЕ КОМПЬЮТЕРНЫХ ИГР

LINGUOCULTURAL ADAPTATION IN TRANSLATION OF VIDEO GAMES

В.В. Семенюк

Научный руководитель: Э.В. Сатеева, канд. филол. наук, доцент

Томский государственный педагогический университет, г. Томск, Россия

Ключевые слова: лингвоэтническая адаптация, локализация, компьютерные игры, доместикация, форенизация.

Key words: linguocultural adaptation, localization, video games, domestication, foreignisation.

Аннотация. Компьютерные игры получили широкое распространение в современном обществе. Для успеха на мировом рынке игра требует локализации, что включает непосредственно ее перевод. В исследовании отражена проблема лингвокультурного барьера, который необходимо преодолеть переводчику в процессе перевода игр и переводческие стратегии, которым может следовать переводчик, а также особые пути преодоления барьера. На основе исследования был проанализирован перевод компьютерной игры Don't Starve Together.

Перевод компьютерных игр предполагает создание возможности для носителей другого языка полностью погрузиться в игру. Таким образом, он должен быть сделан так, чтобы игрок мог испытать во время игры в переведенную версию те же чувства, что получили пользователи оригинальной версии. Однако различия в культуре приводят к различиям в языках и, следовательно, к переводческим трудностям. Преодоления только языкового барьера в переводе недостаточно. Имеется культурный барьер, его нейтрализация в переводе – не менее трудная задача, чем нейтрализация различий чисто языкового характера [0, с. 1]. Для достижения такого уровня необходимо достичь соответствующего коммуникативного эффекта, а значит, нужна прагматическая адаптация текста [1, с. 201].

Адаптация, прежде всего, заключается в упрощении текста, как формальном, так и содержательном [2, с. 24] с целью сделать текст перевода доступным для восприятия отдельным группам реципиентов [1, с. 49]. В результате адаптации происходит «приспособление текста при помощи определенных процедур к предельно адекватному, «вполне соответствующему, совпадающему, тождественному» его восприятию читателем иной культуры» [3, с. 78–79].

Таким образом, различия в реалиях, культуре, восприятии образуют «лингвоэтнический барьер», проявляющийся в расхождениях на разных

языковых уровнях, в грамматических формах, в моделях, по которым они сочетаются, образуя речь, а также на уровне различий в языковых нормах [4, с. 39]. Этот барьер предстоит преодолеть переводчику, чтобы обеспечить комфортные условия для игры в локализованную версию.

Однако Ф. Шлейермахер в 1813 указал на существование выбора между тактиками **доместикации** и **форенизации**, определяя доместикацию как «этноцентрическое редуцирование оригинального текста в соответствии с культурными ценностями языка перевода», т.е. как «способ репрезентации чужого и непонятного текста в понятных терминах принимающей культуры». Форенизация по Ф. Шлейермахеру – это «этнодевиационное сопротивление ценностям культуры переводного языка, фиксирующее лингвистические и культурные отличия оригинального текста» [5, с. 20]. Другими словами, форенизация направлена на сохранение «инострannого оттенка», в то время как доместикация подразумевает, что тексты будут адаптированы под определенные черты и стандарты культуры реципиента [6, с. 395].

Рассмотрим проявление форенизации в компьютерных играх на примере текстов из игры «Don't Starve Together», перевод которой был выполнен командой «RLP Team»:

1.

Оригинал	RLP Team	Буквальный перевод (БП)
It has a widdle face! (ahem!)	Он имеет лицо! (Гм!)	У него есть маленькое лицо! (Гм!)

В данном примере форенизация проявляется в сохранении непривычного для русского языка строения предложения, выражающего активность действия. Для русского языка характерна пассивная конструкция «у него есть».

2.

Оригинал	RLP Team	БП
Al dente.	Аль дэнтэ.	На зубок.

В примере 2 переводчик передал единицу с помощью транскрипции, сохранив иностранное звучание.

3.

Оригинал	RLP Team	БП
I got all the badges in Girl Scouts.	У меня есть все значки Гёрл Скаутов.	У меня есть все медали Девочек Скаутов.

В примере 3 переводчики передают единицу «Girl Scouts» с помощью транскрипции и транслитерации, сохраняя иностранное звучание и атмосферу. Понятие «Герл Скаутов» может быть понятно не каждому носителю русского языка, что еще больше переносит реципиента в иностранное окружение, однако может привести к замешательству.

Другим фактом форенизации является такое явление как «no-translation» («без перевода»). Этот способ можно встретить на различных участках игры (имена, особенно японские, диалоги), а также в названиях игр, выпущенных в США и Великобритании. Названия многих таких игр известны игрокам по всему миру: «Starcraft», «Medal of Honor», «Monkey Island», «Little Big Planet» [7, с. 86]. Название игры «Don't Starve Together» также осталось без изменений и сохранило свой изначальный вид, что не помешало игре добиться популярности среди игроков.

Интересным примером доместикации в рамках перевода компьютерных игр может послужить перевод имени *NPC* (от англ. none-player character – «персонаж, не управляемый игроком» [8]) в игре «World of Warcraft» от 2008 года. В оригинале имя персонажа было *Haris Pilton* (отсылка к *Paris Hilton*), а в русскую версию этот персонаж попал под именем *Псения Кобчак* (отсылка к Ксения Собчак).

Примеры доместикации в переводе игры «Don't Starve Together»:

1.

Оригинал	RLP Team	БП
It makes me hungry just to look at it.	От одного его вида у меня слюнки текут.	Это заставляет меня чувствовать голод, просто посмотрев на него.

В примере 1 также доместикация достигается путем использования русского устойчивого словосочетания, которое означает «чувствовать голод». В английском языке использовано простое выражение «make hungry».

2.

Оригинал	RLP Team	БП
Measure before you act.	Семь раз отмерь, один отрежь.	Рассчитай, прежде чем действовать.

В примере 2 наблюдается использование русской пословицы, выражающей тот же смысл, что и оригинальная фраза, которая не несет культурной окраски.

3.

Оригинал	RLP Team	БП
Just don't breathe in.	Главное – случайно его не вдохнуть.	Только не вдыхай.

В примере 3 наблюдается замена единицы, несущей больше активности на менее активную в русском языке. Такое действие можно объяснить тем, что русский язык по своей природе менее активен, чем английский.

4.

Оригинал	RLP Team	БП
A face only necessity could love.	Он, конечно, неказистый, но нужда заставляет носить.	Лицо, которое можно полюбить только при необходимости.

В примере 4 выражение «A face only necessity could love» непривычно для русского реципиента и может вызвать недопонимание. Ввиду этого переводчик передал значение с помощью приема модуляции.

5.

Оригинал	RLP Team	БП
I'm no rabologist.	Я не коллекционирую прогулочные трости.	Я не рабологист. (транслитерация) / Я не коллекционер прогулочных тростей (описание).

Пример 5 наглядно показывает передачу единицы, которая не имеет своего эквивалента в языке перевода. «Rabologist» в английском языке означает человека, собирающего трости, поэтому для перевода потребовалось полностью изменить структуру предложения и использовать для перевода стратегии описания и модуляции.

В целях адаптировать, то есть «одомашнить» явление или какое-либо название многие переводчики прибегают к стратегии «**транскреации**». Е.Д. Маленова понимает данный прием как стратегию творческого переосмысления сегмента текста оригинала с последующим созданием нового текста средствами языка перевода [9, с. 54].

Здесь хотелось бы рассмотреть следующий пример:

Оригинал	RLP Team	БП
Oinc	Хрюнт	Ойнк

В данном примере название валюты *Oinc* было передано на русский язык как *Хрюнт*. Название «*Oinc*» образовано от слов «*oink*» (звук,

издаваемый свиньями) и анаграммы слова «*coin*» (монета) [Don't Starve Wiki]. В русском варианте также было задействовано звукоподражание «хрю», которое затем было соединено со словом «фунт». В этом примере задействованы одновременно две тактики: форенизация (использование иностранной валюты – «фунт») и доместикация (перевод валюты в общем, так как названия валют составляют ту часть лексики, которая переносится в другие языки с помощью транскрипции/транслитерации), при этом была создана новая единица.

В случае если переводчик не знаком с определенными культурными особенностями, могут появиться переводческие ошибки. Рассмотрим несколько примеров ошибок в переводе игры «Don't Starve Together»:

1.

Оригинал	RLP Team	БП
Pumpkin biscuits, goody!	Тыквенные бисквиты, прелесть!	Тыквенное печенье, прелесть! / Тыквенные крекеры, прелесть! (ситуативно)

В примере 1 переводчик вероятнее всего хотел избежать повторения слова «печенье», ввиду уникальности речи персонажа, но единица «biscuit» соответствует в русском языке единице «печенье», на что также указывает изображение. Следовательно, перевод содержит ошибку. Более правильными вариантами перевода могут быть «крекеры», «сахарики» или «галеты».

2.

Оригинал	RLP Team	БП
You will catch your death of cold.	Ты поймаешь свою смерть от простуды.	Ты замерзнешь и простынешь.

В данном случае переводчик не учитывает значение устойчивого выражения «Catch one's death of cold», что означает «простывать», «заболеть от холода».

3.

Оригинал	RLP Team	БП
A dual inclined plane attached to a lever.	Обоюдоострое лезвие, прикрепленное к рукоятке.	Две наклонные плоскости, прикрепленные к рукоятке.

В примере 3 речь идет о топоре. Ошибка заключается в неверной передаче значения единицы «dual inclined plane», которая означает «две

наклонные плоскости», то есть две плоскости, образующие один острый край.

Таким образом, при переводе компьютерных игр могут быть использованы различные способы для достижения лингвокультурной адаптации игры. В случае форенизации продукта, в переводе могут быть использованы такие преобразования, как транскрибирование и транслитерация, сохранение грамматической структуры предложения, сохранение иностранных выражений и реалий, а также отказ от перевода единицы, то есть прием «no translation».

При доместикации текста игры могут быть использованы различные переводческие приемы, направленные на создание благозвучия, что ведет к изменению фонетической стороны единиц. Со стороны грамматических изменений, переводчик задействует прием грамматических замен. Основные различия заметны на лексическом и семантическом уровне. Они связаны с использованием приема «транскреации», заменой устойчивых выражений более привычными для культуры реципиента, применением описательного перевода и модуляции.

Литература

1. Тимко, Н.В. Фактор «культура» как переводческая проблема и способы его нейтрализации / Н.В. Тимко // Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2010. – № 4. – С. 176.
2. Комиссаров, В.Н. Теория перевода (лингвистические аспекты): учеб. для ин-тов и фак. иностр. яз / В.Н. Комиссаров. – Москва: Высш. шк., 1990. – 253 с.
3. Алексеева, И.С. Введение в перевод введение: учеб. пособие для студ. филол. и лингв. фак. высш. учеб. заведений / И.С. Алексеева. – Санкт-Петербург: Филологический факультет СПбГУ; Москва: Издательский центр «Академия», 2004. – 352 с.
4. Никонов, В.М. Социо- и лингвокультурологические проблемы адаптации коннотативных единиц языка в тексте / В.М. Никонов // Проблемы культурной адаптации текста: Тезисы докладов междунар. науч. конф. – Воронеж: Русская словесность, 1999. – С. 78–79.
5. Латышев, Л.К. Технология перевода: учеб. пособие для студ. лингв. вузов и фак. / Л.К. Латышев. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательский центр «Академия», 2005. – 320 с.
6. Venuti, L. The Translator's Invisibility: A History of Translation / L. Venuti. London and New York: Routledge, 1995. – 365 p.
7. Costales, A.F. Exploring translation strategies in video game localisation / A.F. Costales. – Universidad de Oviedo (Spain), 2011. – 395 p.
8. Анисимова, А.Т. Феномен компьютерной игры в переводоведческом дискурсе / А.Т. Анисимова // Проблемы лингвистики и коммуникаций. Научный вестник ЮИМ №2. – 2018. – С. 85–86.
9. Словарь игровых терминов и сокращений. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ongab.ru/dictionary?word=НПС> (дата обращения: 15.03.2019).
10. Маленова, Е.Д. Креативные практики в переводе / Е.Д. Маленова // Перевод и культура: взаимодействие и взаимовлияние: тезисы Третьей Междунар. науч. кон-ции. Вологда: ВоГУ; Нижний Новгород: НГЛУ, 2018. – С. 54.

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ЯЗЫКОВЫХ СРЕДСТВ ВЫРАЗИТЕЛЬНОСТИ В ТЕКСТАХ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ

TRANSLATION PECULIARITIES OF STYLISTIC DEVICES OF PUBLIC ADVERTISING

В.А. Сергиенко

Научный руководитель: Э.В. Сатеева, канд. филол. наук, доцент

Томский государственный педагогический университет, г. Томск, Россия

Ключевые слова: реклама, социальная реклама, социальные проблемы, перевод, языковые средства выразительности, метафора, способы перевода.

Key words: advertising, public advertising, social problems, translation, stylistic devices, metaphor, translation strategies.

Аннотация. Социальная реклама служит эффективным инструментом защиты нравственных ценностей, формирования определенных поведенческих норм. В работе анализируются языковые средства выразительности (метафора, игра слов, риторический вопрос, антитеза, синтаксический параллелизм) в текстах англоязычной социальной рекламы и способы передачи данных средств на русский язык (буквальный способ перевода, прием смысловой конкретизации, антонимический перевод, прием смыслового развития).

В настоящее время существует достаточно большое количество проблем, осложняющих жизнь человека в современном обществе. В число таких факторов могут быть отнесены снижение уровня жизни и ее качества, загрязнение окружающей среды, большое количество разнообразных зависимостей, таких как наркомания и алкоголизм.

Долговременное влияние данных факторов, приводит к стрессам и депрессиям. Для того, чтобы привлечь внимание современного человека к различным проблемам, пробудить в нем человеческую составляющую, и был придуман такой ход как социальная реклама. Ее миссия – изменение поведенческой модели общества [1, с. 12].

Согласно Г.Г. Николайшвили, «социальная реклама» – это вид коммуникации, целью которого является привлечение внимания к самым актуальным проблемам общества и его нравственным ценностям [1, с. 10].

Следует отметить, что сам термин «социальная реклама» является калькой английского термина *public advertising*, и используется только в России, в англоговорящих странах для данного феномена используют термины «некоммерческая реклама» и «общественная реклама» [2, с. 14].

Существует два ключевых различия между социальной и коммерческой рекламой: цель и целевая аудитория.

Если для коммерческой рекламы цель – это рекламирование того или иного товара или услуги, которые должны быть непременно куплены,

а компания, производящая данный товар или предоставляющая данную услугу, должна получить прибыль, желательно сверхприбыль, то для социальной рекламы данная цель не является релевантной, так как коммерческая прибыль не является целью. Коммерческая реклама направлена на определенную целевую аудиторию, в то время как социальная – на все общество или его большую часть [3, с. 13].

В настоящее время в научной литературе предлагается большое количество различных классификаций социальных рекламных текстов. Подробнее остановимся на классификации предложенной Л.М. Дмитриевой [4, с. 12].

- реклама определенного образа жизни (пропаганда здорового образа жизни, крепких семейных отношений). Например, реклама – *«сорвись с крючка!»* – привлекает внимание граждан к проблеме курения;
- реклама законности и правопорядка (развитие правосознания, повышение активности избирателей, защита конституционных прав и свобод человека). Например, реклама *«заплати налоги и спи спокойно»* призывает честно исполнять свой гражданский долг по отношению к государству;
- адресная реклама. Информация о местоположении специальных служб и общественных организаций. Примером может послужить реклама со слоганом *«позвони»*, призывающая заботиться друг о друге;
- событийная реклама. Направлена на сплочение нации, воспитание патриотических чувств граждан (праздники, торжества, спортивные мероприятия). Например, реклама к 100-летию Санкт-Петербурга – *«С Праздником, великие люди великого народа!»*;
- реклама милосердия и благотворительности (проведение сложной операции ребенку, открытие столовых для бездомных, строительство питомников для домашних животных). Реклама *«стань донором крови»*, является ярким примером милосердия.

Первая социальная реклама появилась в США в 1906 году. Она призывала защитить Ниагарский водопад от вреда, которые наносили ему энергетические компании [5, с. 348].

На сегодняшний день рынок социальной рекламы переполнен, для неё выделяется все меньше эфирного времени, общество постепенно к ней привыкает. Общество становится все более сегментированным, из-за чего становится сложнее донести рекламу до всех слоев населения, поэтому для привлечения внимания создатели социальной рекламы должны искать более изощренные маркетинговые ходы [3, с. 30].

Прежде чем перейти к рассмотрению языковых средств выражения и их способы перевода, приведем дефиниции основных языковых средств выразительности, рассматриваемые в рамках данной работы:

1. игра слов – стилистический прием, основанный на взаимодействии двух известных значений слова или фразы [6, с. 151];

2. метафора – это передача какого-либо качества одного объекта – другому [6, с. 157];

3. синтаксические параллельные конструкции сопровождаются повторением слов (лексическим повторением), союзов и предлогов. Однако, параллельная конструкция в «чистом виде» не зависит ни от какого-либо иного вида повторения [6, с. 208];

4. антитеза представляет собой стилистический прием, основанный на контрастных чертах двух объектов. Эти контрастные особенности представлены в парах слов, которые мы называем антонимами [6, с. 222];

5. риторический вопрос – это особый стилистический прием, суть которого состоит в изменении грамматического значения вопросительного предложения [6, с. 244].

Рассмотрим использование языковых средств выразительности при создании социальной рекламы и их перевод на конкретных примерах:

(1)

Оригинал	Перевод
If the ice melts away – <i>life melts away</i> [2social].	Если тает лед, <i>тает и жизнь</i> [2social].

В рассматриваемом примере создатели социальной рекламы использовали метафору для создания образности и повышения эмоциональной отдачи реципиента. Для ее передачи использовали прямые эквиваленты слов, т.е. использован способ буквального перевода [7, с. 53], таким образом, удалось сохранить метафору. Также следует отметить синтаксическую параллельную конструкцию, т.е. идентичный принцип построения предложения, который создает определенный ритм и настроение высказывания. Прагматическая нагрузка текста оригинала переводчиком сохранена.

(2)

Оригинал	Перевод
If you see an animal, you are <i>missing</i> something. Help WWR – save endangered species, before you <i>miss</i> them forever [2social].	Видишь животных? Похоже ты <i>соскучился</i> по ним. Помоги WWF, иначе рискуешь <i>потерять</i> их из виду навсегда [2social].

В предложенном примере рассмотрим игру слов, основанную на полисемии. Обратимся к толковому одноязычному словарю longman, для рассмотрения значений слова *miss*:

- to feel sad because someone you love is not with you;
- to notice that something or someone is not in the place you expect them to be [8].

В русском языке удалось обыграть оба значения слова, применив прием конкретизации, основанный на выборе значения слова, исходя из контекста [7, с. 144].

(3)

Оригинал	Перевод
You buy – the <i>sea pays</i> [2social].	Вы покупаете – <i>море платит</i> [2social].

В рассматриваемом примере мы видим использование метафоры, а также параллельную синтаксическую конструкцию. Переводчик использовал буквальный способ перевода, сохранив структуру предложения, придающую определенный темп высказыванию.

(4)

Оригинал	Перевод
Don't poach. <i>Shoot the beauty</i> [2social].	Не занимайся браконьерством, <i>охоться</i> за красотой [2social].

В данном примере иллюстрируется игра слов, обыгрывается слово *shoot*, рассмотрим предлагаемые значения одноязычным толковым словарем longman:

- to deliberately kill or injure someone using a gun;
- to shoot and kill animals or birds as a sport;
- to take photographs or make a film of something [8].

В рассматриваемом примере переводчик использовал для передачи игры слов прием конкретизации, опираясь на иллюстрацию к тексту, на которой животное изображено через объектив.

Стоит отметить наличие стилистического приема метафоры, который переводчик успешно передал, тем самым сохранив прагматическую нагрузку текста.

(5)

Оригинал	Перевод
Throwing butts in a manhole? – <i>Easy!</i> Getting it out of the lake after? <i>Complicated</i> [2social].	Бросить окурки в люк просто, но достать его из озера – нелегко [2social].

В рассматриваемом примере иллюстрируется использование двух приемов, это риторический вопрос, который как бы ставит проблему, и стилистический прием «антитеза», основанный на противопоставлении лексических единиц *easy* и *complicated*. Однако для перевода слова *complicated* использован антонимический перевод, что приводит к потере контраста. Следует отметить потерю риторического вопроса в языке перевода, что также не способствует достижению главной цели социальной рекламы и снижает уровень выразительности текста. Рассмотрим наличие синтаксической параллельной конструкции, которую переводчик передал, сохранив настроение и ритм текста, что необходимо для достижения цели социальной рекламы.

(6)

Оригинал	Перевод
Homeliness at home [2social].	<i>Бездомность дома</i> [2social].

Предложенный пример ярко иллюстрирует использование приема антитезы, на противопоставлении понятий *homeliness* и *home*, переведенный буквальным переводом.

(7)

Оригинал	Перевод
Tree save wildlife [2social].	Рубишь лес – уничтожаешь не только дерево [2social].

В предложенном примере рассмотрим использование метафоры.

Мы видим полную трансформацию предложения, использован прием модуляции, основанный на причинно-следственной связи. Метафору переводчик не передал. Яркий образ с подтекстом в русском языке отсутствует.

Изученные примеры показали, что наиболее частотный прием, использующийся для создания данного вида рекламы – это метафора. Для ее передачи переводчики используют как правило буквальный перевод, однако он «опасен» тем, что образность не будет сохранена, следовательно, реклама не получит эмоционального отклика. Еще один прием, который создатели используют довольно часто – это синтаксический параллелизм.

Наряду с буквальным переводом используется также прием конкретизации, суть которого в том, что бы выбрать из ряда значений наиболее подходящее.

Проанализировав предложенные примеры, следует отметить, что переводить данный вид рекламы – значит практически создать социальную рекламу, адаптировав ее не только с языковой точки зрения, справиться с такими переводческими задачами, как игра слов, но и с культурной, иначе миссия социальной рекламы не будет выполнена.

Литература

1. Николайшвили, Г.Г. Социальная реклама: теория и практика: учеб. пособие / Г.Г. Николайшвили. – Москва: Аспект Пресс, 2006. – 191 с.
2. Голуб, О.Ю. Социальная реклама: учеб. пособие / О.Ю. Голуб. – Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2010. – 180 с.
3. Мандель, Б.Р. Социальная реклама: учеб. пособие / Б.Р. Мандель. – Москва: Вузовский учебник: ИНФРА-Москва, 2012. – 302 с.
4. Дмитриева, Л.М. Социальная реклама: учеб. пособие / Л.М. Дмитриева. – Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 271 с.
5. Костянникова, Ю.М. История начала развития мировой социальной рекламы / Ю.М. Костянникова // Молодой ученый. – 2013. – №8. – С. 348–350.
6. Galperin, I.R. Stylistics / Galperin, I.R. – Москва: Высшая школа, 1981. – 295 с.

7. Казакова, Т.А. Практические основы перевода: учеб. пособие / Т.А. Казакова. – Санкт-Петербург: Издательство Союз, 2001. – 320 с.
8. Longman Dictionary of Contemporary English [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.ldoceonline.com> (дата обращения: 19.04.2019).

УДК 81'25
ГРНТИ 16.31.41

РЕАЛИИ В БРИТАНСКОМ МЕДИАТЕКСТЕ И СПОСОБЫ ИХ ПЕРЕВОДА НА РУССКИЙ ЯЗЫК

REALIA IN BRITISH MEDIA TEXT AND METHODS OF TRANSLATING THEM INTO RUSSIAN

К.Д. Склизкова

Научный руководитель: Н.В. Полякова, канд. филол. наук, доцент

Томский государственный педагогический университет, г. Томск, Россия

Ключевые слова: безэквивалентная лексика, культура, лексический компонент, перевод, реалии, термин, элемент языка, язык, текст, медиатекст, прием перевода.

Key words: culture-specific vocabulary, culture, lexical component, translation, realia, term, language element, language, text, media text, translation method.

Аннотация. Настоящая статья посвящена рассмотрению актуального вопроса современного переводоведения – реалиям. Представлены варианты формулировок, данных наиболее известными исследователями в области лингвистики. Дается характеристика наиболее распространенных приемов передачи реалий на другой язык с примерами, взятыми из британских текстов масс медиа.

В настоящее время происходит процесс становления целостной лингвистической дисциплины, которая занимается изучением речемыслительного произведения; формируется общепринятая концепция, разрабатываются отражающие ее понятия и термины.

Наиболее важным является понятие текста как таковое, имеющее внушительное количество трактовок, что свидетельствует о незавершенности становления данной лингвистической дисциплины. Наиболее широкое распространение получил взгляд на текст как на любой целостный продукт речевой деятельности; текст как речетворческое произведение; продуцирование текстов и их осмысление осуществляется в процессе коммуникации для достижения целей общения.

Тем не менее, необходимо подчеркнуть, что понятие текста в сфере коммуникации значительно отличается от общепринятого лингвистического определения, так как тексты средств массовой информации выходят за рамки знаковой вербальной системы. С точки зрения медиалингвистики текст – это не только лингвистическое явление, но и культурологическое [1].

«Определение медиатекста выходит за рамки традиционного взгляда на текст как на последовательность слов, напечатанных или написанных на бумаге. Понятие медиатекста гораздо шире: оно включает голосовые качества, музыку и звуковые эффекты, визуальные образы...» [2]. На телевидении текстом являются не только слова и фразы, но также сопровождающие их видеоряды и музыкальное оформление; в тексте радио содержатся вербальный текст и аудиоэффекты; в текстах прессы, кроме вербальных средств, также имеется элемент графического оформления.

Наиболее значимой характеристикой современного медиатекста является многомерность, под которой обычно понимают единство различных вербальных, визуальных, аудитивных, аудиовизуальных или других компонентов в едином смысловом пространстве [3]. Кроме того, за отличительную черту текстов масс медиа принимают их языковую специфику, обусловленную, прежде всего, адресованностью массовой аудитории [4].

Тексты СМИ отражают самые значительные, существенные языковые процессы, здесь «вырабатывается норма литературного языка» [2].

Проблема того, как именно соотносятся между собой культура в широком смысле и информация, которая заложена, хранится и сообщается в словах как составляющих языка, уже давно является объектом внимания, как лингвистов, так и представителей других наук. Все значительные и несущественные события существования любого народа и его государства обязательно находят отражение в его языке. Как следствие язык изображает некое, несущее в себе национально-культурный код, отображение культуры той или иной нации. В нем находятся слова, из которых возможно извлечь специфичную часть, демонстрирующую связь языка и культуры, называемую культурным компонентом семантики языковой единицы. К ним относят, к примеру, реалии.

Реалии, как лингвистическое явление, относят к классу безэквивалентной лексики. Они представляют собой элемент фоновых знаний и являются собой немалый интерес при исследовании соотношения языка и культуры. Ограниченные знания в области истории страны, наиболее существенных исторических событий, ее крупнейших политических и исторических деятелей влечет к непониманию сравнений, исторических ссылок и, наконец, к языковой некомпетенции. Этим объясняется важность адекватного перевода безэквивалентной лексики, в том числе реалий.

Первое упоминание о реалиях как о признаке колорита относят к середине XX века, а сам термин «реалия» в современном его понимании был использован в 1952 году Л.Н. Соболевым, давшим ему вполне выдержанную дефиницию: «реалии – это бытовые и специфические национальные слова и обороты, не имеющие эквивалентов в быту, а, следовательно, и в языках других стран» [5].

Согласно «Словарю лингвистических терминов» О.С. Ахмановой, реалии – это «...в классической грамматике разнообразные факторы, изучаемые внешней лингвистикой, такие, как государственное устройство страны, история и культура данного народа, языковые контакты носителей данного языка и т.п. с точки зрения их отражения в данном языке» [6].

Л.С. Бархударов в монографии «Язык и перевод» рассматривает реалии как «слова, обозначающие предметы, понятия и ситуации, не существующие в практическом опыте людей, говорящих на другом языке» [7].

Любой язык хранит в себе великое множество реалий, каждая из которых отличается особой формой, фонетической или лексической, а также морфологическими особенностями. Вследствие этого встает вопрос об их систематизации, а именно классификации, поскольку она, прежде всего, позволяет дать характеристику этой специфической лексики, представить ее дефиницию; также она содействует более корректному решению вопросов, которые имеют отношение к переводу реалий с одного языка на другой, поскольку место, которое занимает конкретная реалия в классификации, дает возможность переводчику увидеть степень ее значимости для того или иного контекста.

В настоящий момент не существует единой классификации описываемых культурно-маркированных единиц, и ученые представляют разнообразные классификации реалий, базируясь на тех или иных принципах.

Наиболее подробную систематизацию реалий предложили болгарские исследователи С. Влахов и С. Флорин, которая дает возможность различать их под различными углами: распределить реалии согласно их коннотативным значениям.

Общая схема данной классификации имеет вид:

1. Предметное деление

А. Географические реалии:

Б. Этнографические реалии:

В. Общественно-политические реалии.

2. Местное деление.

А. В плоскости одного языка.

1. Свои реалии – это большей частью исконные слова данного языка:
 - а) национальные реалии;
 - б) локальные;
 - в) микролокальные;
2. Чужие реалии – это либо заимствования, либо транскрибированные реалии другого языка:
 - а) интернациональные;
 - б) региональные;

Б. В плоскости пары языков:

- 1) Внешние реалии – одинаково чужды обоим языкам;
- 2) Внутренние реалии – слова, принадлежащие одному из пары языков, и, следовательно, чужие для другого;

3. Временное деление.

На основе временного критерия все реалии можно разделить в самых общих чертах на:

- 1) современные;
- 2) исторические, которые в зависимости от степени усвоенности в свою очередь делятся на:
 - а) знакомые (словарные);
 - б) незнакомые (внесловарные) [8].

Стоит обратить внимание на тот факт, что наиболее серьезной задачей, возникающей перед переводчиком и привлекающей внимание множества исследователей в области перевода является перевод. Вопросом трансляции реалий занимались такие лингвисты, как В.С. Виноградов, А.А. Реформатский, А.Д. Швейцер, С. Влахов, С. Флорин и др.

К проблемам, которые возникают в процессе перевода, чаще всего относят следующие:

1. отсутствие в ПЯ соответствия (эквивалента) ввиду отсутствия у носителей данного языка обозначаемого реалией объекта (референта);
2. необходимость, вместе с предметным значением (семантикой) реалии, передать и колорит (коннотацию) – ее национальную и историческую окраску.

При выборе наиболее подходящего приема перевода необходимо учитывать способ подачи реалии автором текста оригинала и средства, используемые им, чтобы довести до сознания читателя ее семантическое и коннотативное содержание.

Наиболее распространенными приемами перевода реалий являются:

1. Транскрипция и транслитерация;
2. Калькирование;
3. Перевод при помощи функционального аналога;
4. Описательный перевод;
5. Трансформационный перевод;
6. Опускание реалии при переводе.

Под переводческой транскрипцией принято понимать «формальное фонемное воссоздание исходной лексической единицы с помощью фонем переводящего языка, фонетическая имитация исходного слова» [9]. Например: *KGB* – *КГБ*, *mafia* – *мафия*, *Edmund Ironside* – *Эдмунд Айронсайд*, *Michael Cohen* – *Майкл Коэн*, *Gazprom* – *Газпром*.

Еще одним приемом перевода является транслитерация – «формальное побуквенное воссоздание исходной лексической единицы с помощью алфавита переводящего языка, буквенная имитация формы исходного слова.

При этом исходное слово в переводном тексте представляется в форме, приспособленной к произносительным характеристикам переводящего языка» [9]. Например: *KGB* – *КГБ*, *mafia* – *мафия*, *Gazprom* – *Газпром*, *tsar* – *царь*, *Chekist* – *чекист*.

Под воспроизведением комбинаторного состава слова понимают такой прием перевода, как калькирование. Принцип использования данного приема состоит в том, что «составные части безэквивалентной единицы заменяются их буквальными соответствиями на языке перевода». Данный прием допускает количественное изменение слов в переводимой фразе или сочетании слов, а также их падежных форм, склонения и порядка постановки в предложении. Например: *Bank of England* – *Банк Англии*, *FBI* – *ФБР*, *The White House* – *Белый Дом*, *the Red Terror* – *Красный террор*, *Cold War* – *холодная война* [10].

В процессе перевода реалий также может использоваться прием, именуемый полукалькой, суть которого состоит в том, что одна часть переводимой реалии передается при помощи калькирования, а другая переводится методом транскрипции или транслитерации [11]. Например: *the counterintelligence* – *контрразведка*, *World Economic Forum* – *Всемирный экономический форум*, *television* – *телевидение*, *barbarian* – *варвар*, *sarcophagus* – *саркофаг*.

Наряду с этим, если реалия не несет достаточно важную смысловую нагрузку, она может быть передана на язык перевода при помощи приема, называемого функциональным аналогом. Он имеет функции, схожие с реалией оригинала, однако отличается от нее характеристиками. К данному приему также применяют термин «уподобляющий перевод» [12]. Например: *devil eggs* – *фаршированные яйца под майонезом*, *gelatin salad* – *заливное*, *divinity fudge* – *пастила*, *county* – *округ*, *neighborhood* – *район*.

В случаях, когда реципиент перевода обладает недостаточным количеством информации о безэквивалентной единице, используют прием описательного перевода (экспликацию). В подобных ситуациях экспликацию можно назвать наиболее подходящим приемом передачи реалии, так как реципиент может не только почувствовать национальный колорит контекста, но также понять сущность и полное значение той или иной реалии. Например: *Spektr-R* – *Космический радиотелескоп "Спектр-Р"*, *Pentagon* – *военное ведомство США*, *Mr Mueller* – *специальный прокурор Роберт Мюллер*, *drugstore* – *аптекарский магазин, торгующий лекарствами, мороженым, кофе, журналами, косметикой и т.д.*

Трансформационный перевод – это передача реалии посредством какой-либо лексической, грамматической или стилистической трансформации. Данный прием призван передать, в первую очередь, стилистическую окраску реалии, оставляя ее графическую сущность на втором плане [13]. Например: *the Russian leader* – *Владимир Путин*, *US officials* –

Белый дом, US intelligence agencies – спецслужбы США, Moscow – Кремль, the Middle East – Ближний Восток.

Обобщая все вышеизложенное, отметим, что реалии, известные широкому кругу реципиентов перевода, чаще всего переводятся при помощи метода транскрипции, транслитерации или калькирования. Реалии, недоступные для понимания реципиентов, передаются методом транскрипции или транслитерации и сопровождаются переводческим комментарием или экспликацией. В случаях, когда реалия не несет значительной смысловой нагрузки, она может быть переведена с помощью функционального аналога для передачи национального колорита, либо вовсе быть исключена из текста перевода.

Литература

1. Сметанина, С.И. Медиа-текст в системе культуры (Динамические процессы в языке и стиле журналистики конца XX в.) / С.И. Сметанина. – Санкт-Петербург: Изд-во Михайлова В.А., 2002. – 383 с.
2. Добросклонская, Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ (Современная английская медиа речь) / Т.Г. Добросклонская. – Москва: Флинта, 2008. – С. 43.
3. Чичерина, Н.В. Медиа-текст как средство формирования медиаграмотности у студентов языковых факультетов / Н.В. Чичерина. – Москва: Изд-во ЛКИ, 2008. – 232 с.
4. Солганик, Г.Я. К определению понятий «текст» и «медиа-текст» / Г.Я. Солганик // Вестник МГУ. – Москва, 2005. – №2. – С. 7–15.
5. Соболев, Л.Н. О переводе образа образом // Вопросы художественного перевода / Л.Н. Соболев. – Москва, 1955. – 311 с.
6. Ахманова, О.С. Словарь лингвистических терминов / О.С. Ахманова. – Москва: Советская энциклопедия, 1966. – 608 с.
7. Бархударов, Л.С. Язык и перевод / Л.С. Бархударов. – Москва: Международные отношения, 1975. – 240 с.
8. Влахов, С. Непереводимое в переводе / С. Влахов, С. Флорин. – Изд. 3-е, испр. и доп. – Москва, 2006. – 448 с.
9. Казакова, Т.А. Практические основы перевода / Т.А. Казакова. – Санкт-Петербург: Изд-во Союз, 2001. – 178 с.
10. Латышев, Л.К. Технология перевода: уч. пос. по подготовке переводчиков / Л.К. Латышев. – Москва: НВИ-ТЕЗАУРУС, 2000. – 280 с.
11. Швейцер, А.Д. Теория перевода: статус, проблемы, аспекты / А.Д. Швейцер. – Москва: Наука, 1988. – 215 с.
12. Бреус, Е.В. Основы теории и практики перевода с русского языка на английский: учебное пособие. 2-е изд., испр. и доп. / Е.В. Бреус. – Москва: Изд-во УРАО, 2000. – 208 с.
13. Влахов, С. Непереводимое в переводе / С. Влахов, С. Флорин. – Москва: Международные отношения, 1980. – 343 с.

ЦВЕТОВАЯ СИМВОЛИКА БЕЛОГО ЦВЕТА В РУССКОЙ И КИТАЙСКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРАХ

THE SYMBOLISM OF THE WHITE COLOR IN RUSSIAN AND CHINESE LINGUOCULTURES

Сюй Чжэньэнь

Научный руководитель: А.В. Гузеева, канд. пед. наук, доцент

Томский государственный педагогический университет, г. Томск, Россия

Ключевые слова: символика цвета, белый цвет, фразеологизм, лингвокультура, китайский язык, русский язык, цветообозначения, культурная коннотация.

Key words: symbolism of color, white color, phraseology, linguoculture, Chinese language, Russian language, colors, cultural connotations.

Аннотация. Статья посвящена рассмотрению вопроса о символике белого цвета и ее роли в традиционной и современной китайской и русской лингвокультурах. На основе материалов русских и китайских фразеологических словарей рассматривается лингвокультурный потенциал лексемы «белый».

Цвет – это одна из категорий познания мира, которая стоит в одном ряду с такими категориями, как пространство, время, движение. Цвет также является одним из ключевых культурных концептов. С понятием цвета связана важная социокультурная информация, накопленная этносом с древнейших времен [1].

Известно, что русская и китайская культуры имеют как общие черты, так и существенные отличия [2, с. 93]. Целью данной статьи является исследование лингвокультурологической значимости лексемы «белый» в русской и китайской языковых картинах мира (ЯКМ). Предметом исследования является семантика фразеологических единиц (ФЕ), как репрезентантов лингвокультуры, фиксирующих лексему «белый». Материалом для исследования послужили ФЕ из онлайн-словарей [3, 4].

Белый – это нейтральный цвет, который хорошо контрастирует со всеми цветами. Белый цвет трактуется как цвет равенства и справедливости, например, белый парик на голове у судьи. Белые цветы у русских ассоциируются с чистотой и нежностью. В русской культуре белый цвет символизирует день, солнечный свет. У древних славян высшие лики Рода – Белобог и Чернобог. Суть Белобога – свет, это божество, олицетворяющее удачу, счастье и истину, а суть Чернобога – тьма, он является злым божеством. У восточных славян запад был связан с белым цветом, например, Русь, находящаяся на западе, называлась Белой Русью, так произошло название страны Белоруссия. «Белый», это цвет снега и молока, часто сочетается с лексемами «берёза», «бумага», «снег» и так далее. В русской речи часто встречаются сравнительные обороты «белый

как бумага», «белый как снег» и так далее. Лексема «белый» в русском языке имеет несколько значений.

Значение «светлый». Когда россияне говорят «белые ночи», они подразумевают «светлые ночи», которые в Заполярье наступают летом.

Значение «свободный», «самостоятельный» и «допускающий». Например, «белая Русь» – это свободная Русь; «белые крестьяне» – это свободные крестьяне, не надо платить налог; «белый билет» – это удостоверение, освобождающее от службы в армии.

Значение «благородный». Например, «белая кость» – это человек знатного происхождения. В XIX–XV вв. только супруга Великого князя могла надевать белую одежду, кроме того, белые одежды использовались при проведении культовых церемоний и ритуалов. Государственный флаг России состоит из трёх цветов, один из них – белый, и он символизирует благородство и долг. Белый – это цвет нравственной чистоты, цвет христианской веры и символ Вечности.

Значение «специальный» и «тщательный». Например, «белая работа» – тщательная работа; «белый хлеб» – легкая часть какого-либо дела; «белая кухарка» – это кухарка у знати, готовящая блюда господам; «белешвейка» – это швея тонкого белого белья.

Значение «красота». В Древней Руси люди считали, что белый цвет и красота – синонимы. В то время стандартом красоты являлись белое лицо, белые руки и белое тело. Радовали глаз русского человека белые облака, белый лебедь и белые цветы.

В сравнении с чёрным и серым цветами, белый цвет является прозрачным, он не скрывает ничего дурного, поэтому белый цвет символизирует невинность, непорочность и целомудрие. Это подтверждают такие пословицы: «Рубаха черна, да совесть бела»; «Бело твоё платье, а душа ещё белей!».

Белый цвет символизирует чистоту и бессмертие. Именно поэтому свадебное платье у невесты обычно бывает белого цвета. И люди часто желают новобрачным счастья, даря белые розы. Словосочетание «белая зависть» – просто завидовать какому-либо достоинству, не испытывая отчаяния и злости.

Значение «святой» и «священный». В христианской культуре, белый цвет является цветом Бога, символизирует мораль, невинность души, чистоту и святость жизни. В христианской религии ангелы и святые носят белые одежды.

Значение «законный» и «честный». Например, «белая зарплата» – законная зарплата, «белый бизнес» – законный бизнес «белые деньги», «белая очередь», «белый нал» и другое. ФЕ с противоположным значением: «чёрная зарплата» «чёрная очередь», «чёрный нал» и др.

В отличие от русских китайцы «не любят» белый цвет, потому что белый – цвет похорон, и часто связан с трауром, символизирует грусть.

Белые цветы, белая обувь и белые одежды используются в Китае во время траурной церемонии. В китайской культуре белый цвет имеет, скорее, отрицательную коннотацию. Рассмотрим символику белого цвета в китайском языке.

Лексема «белый» в китайском языке имеет сходное значение с лексемой русского языка в следующих случаях.

Белый цвет в китайском языке означает «светлый»: «月白风» yuè bái fēng qīng (белая луна, и ветер свежий) – луна светлая, и ветер прохладный; «青天白日» qīng tiān bái rì (белое солнце в синем небе) – ясный (светлый) день; белый – это солнце.

Значение «чистый» и «благородный». Например, 白璧无瑕 bái bì wú xiá (на белой яшме ни малейшего изъяна) – кристально-чистый, непорочный; 清白 (незапятнанный).

Белый цвет в китайском языке также употребляется для описания красивого образа. Например, «唇红齿白» chún hóng chǐ bái (губы красные и зубы белые) – о прекрасной внешности женщины.

И в русской и китайской действительности белый символизирует неудачу в борьбе и капитуляцию. Например, 举白旗 (поднимать белый флаг).

Значение «контрреволюционный» или «косный». Например, 白区 bái qū (белые гоминьдановские районы в революционных войнах до 1949 г.); 白军 bái jūn (белая армия); 白色恐怖 bái sè kǒng bù (белый террор); 一穷二白 yī qióng èr bái (бедный и отсталый), здесь белый означает «косный». У русских – Белая армия (белогвардейцы).

Лексема «белый» в китайском языке имеет и другие оттенки значения (в сравнении с русским).

Символ смерти. В Китае похороны называются белом делом. 素车白马 sù chē bái mǎ (белые колесницы и белые кони) – траурная колесница с белой упряжкой, похоронные дрожки.

Значение «пустой» и «ничего нет». Например, 白卷儿 bái juǎnr (чистый лист) – сданный экзаменаторам чистый лист (вместо сочинения); невыполненная экзаменационная работа; 空口说白话 kōng kǒu shuō bái huà (говорит белые слова пустым ртом) – кто-то говорит пустые слова; 白开水 bái kāishuǐ (белая горячая вода) – кипяток, вода без добавок; 打白条 dǎ bái tiáo (оставить белую записку) – дать вексель, не заплатив; 白手起家 bái shǒu qǐ jiā (Белые руки создают свою семью) – создать своё благополучие собственным трудом.

В древнем Китае, белый цвет символизировал Запад, являясь синонимом слову «запад», а также символом «металла», одной из пяти стихий.

«Белый» в китайской культуре символизирует «глупость». Например, 白痴 (идиот). Имеет значение «заурядный», «низкий», «поверхностные знания». Сравним, 白丁 bái dīng (белый человек) – образованный человек, но без учёной степени; 白屋 báiwù (белая комната) – комната, в которой живёт образованный человек без учёной степени. Из значения «пустой» развивается значение «без достижения», «без результата». Например, 白干 (делал, но ничего не получилось); 白费劲 (напрасные старания); 白白浪费时间 (напрасная трата времени); 白高兴 (напрасная радость).

Белый цвет может символизировать отсутствие опыта. Например, 白面书生 bái miàn shū shēng (воспитанный человек с белым лицом) – молодой неопытный человек. Значение «получить выгоду без труда». Например, 白吃白喝 (жить на готовых харчах); 白日做梦 bái rì zuò mèng (спать днём).

Исторически в древнем Китае со времени правления Ханьской династии до начала правления династии Тан, простой народ носил только белую одежду, и не имел права надевать цветную, поэтому ее называют «白衣» (холщовая одежда).

Белый цвет символизирует коварство: «коварный» и «змеиный». В национальной культуре Китая – пекинской музыкальной драме, актёр в белом гриме символизирует коварного человека, например, Цао Цао.

Белый означает «отчётливый» и «внятный». Например, 明明白白 míng míng bái bái (ясно и ясно, бело и бело) – значит очень понятно; 真相大白 zhēn xiàng dà bái (вся правда бела) – все окончательно выяснилось; Сравним с русским высказыванием «ясно как белый день».

Белый цвет волос. «白发苍苍» bái fà cāng cāng (белые волосы у старика); «白发苍颜» bái fà cāng yán (белые волосы, тусклое лицо) – образ старика; 白发丹心 bái fà dān xīn (белые волосы, но красное сердце) – у старых людей молодая душа; «白头偕老» bái tóu dào lǎo (белые волосы до конца жизни) – счастливое супружество до глубокой старости. Отсюда произошло значение «старик». «白叟黄童» bái sǒu huáng tóng (белый старик и жёлтый ребенок) – старик и ребёнок.

Значение «хороший» или «правильный». Данное значение белого цвета часто употребляется со словом «чёрный», и у них противоположные значения. «黑白不分»; «颠倒黑白» – назвать белое чёрным.

Значение «двуличный» или «лицемерный». «两头白面» – здесь «白» – мука, а значение ФЕ – двуличный.

Имеются другие словосочетания: «白皮书» (белая книга); «白领» (белые воротнички); «白衣天使» – медсестра. В русском языке «белые воротнички» – офисные служащие. «白眼儿狼» (человек с надменным видом); «白粉» (наркотик) и другие.

Проведенный анализ указывает на то, что лексема «белый» в русском и китайском языках обладает схожими культурными коннотациями – символом светлого, ясного, понятного, чистого, косного. В китайском языке лексема «белый» обладает более широким значением, чем в русском. Например, символ траура, глупости, пустого, простого, неопытности, старости. В китайской и русской национальных культурах белый цвет интерпретируется с учетом обычаев и традиций народов и обладает не всегда схожим символическим значением. Поэтому в семантических различиях лексемы «белый» можно найти национально-специфический компонент, обусловленный различием двух культур. Таким образом, белый цвет в китайской и русской лингвокультурах обладает как схожей, так и характерной для каждого языка символикой.

Литература

1. Матназаров, Т.У. Сопоставительный анализ желтого цвета в русском и китайском языках / Т.У. Матназаров, М.В. Власова, У.В. Хоречко // Молодой ученый. – 2015. – № 10. – С. 1496–1499.
2. Цун Япин. О национальном своеобразии цветовой символики в русском и китайском языках / Цун Япин // Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология. – 2017. – Т. 9. – Вып. 1. – С. 93–97.
3. Федосов, И.В. Фразеологический словарь русского языка / И.В. Федосов, А.Н. Лапицкий [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://getword.ru/ru/slovari.php?table=fraz_fedosov (дата обращения: 26.03.2019).
4. 现代汉语词典 [Текст] // 商务印书馆创立 115 周年纪念版/中国社会科学语言 研究所词典 编辑室编。 – 6 版。 – 北京印书馆, 2012。 – 1789 页.

УДК 81'276.5:070:159.95
ГРНТИ 16.21.55

ЯЗЫК ГАЗЕТЫ КАК СРЕДСТВО ВОЗДЕЙСТВИЯ НА ЧИТАТЕЛЯ

THE LANGUAGE OF NEWSPAPER AS A MEANS OF INFLUENCING THE READER

Н.С. Таджибаева

Научный руководитель: В.В. Голубева, научный сотрудник

Томский государственный педагогический университет, г. Томск, Россия

Ключевые слова: средства массовой информации, газетный стиль, «четвертая власть», газетные заголовки, политические события.

Key words: media, newspaper style, “the forth state”, newspaper headings, political developments.

Аннотация. Данная статья посвящена средствам массовой информации, а именно, печатным изданиям. В настоящее время за счет динамичного развития массовых технологий происходит быстрый обмен информацией. Однако средства массовой информации обладают не только функцией информирования, но и функцией воздействия. Формируя общественное мнение, пресса в значительной степени оказывает влияния на социальные, политические и экономические процессы в стране.

XXI век характеризуется ростом массовой коммуникации, информационных технологий. Происходит динамичное развитие традиционных средств массовой информации (СМИ), а именно, печати, радио, телевидения. В результате происходит быстрый обмен информацией. Наиболее доступным источником информации является газета. Однако сегодня газеты не только информируют, освещают последние события, но и оказывают воздействие на сознания людей, меняют установки, модели поведения. Предоставляя информацию, искажающую реальную социальную действительность, пресса стремится манипулировать сознанием человека. Благодаря СМИ, человек сегодня формирует определенное отношение к тому или иному событию. Как результат, актуальной остается потребность защиты от манипулирования средствами массовой информации.

Основными функциями публицистического стиля выступают информационная и агитационно-пропагандистская. Последняя оказывает идеологическое воздействие на массы, формируя общественное сознание и побуждая к активным действиям.

Особое внимание стоит уделять газетным заголовкам, так как именно они выполняют воздействующую функцию. Они служат различным целям, но прежде всего заголовки должны заставить читателя заинтересоваться заметкой и обеспечить компрессию информации.

Известно, что газеты и средства массовой информации являются важным средством формирования и отражения общественного мнения, которое, так или иначе, влияет на социально-политические процессы в обществе. Поэтому они и получили название «четвертой власти» (*the forth state*), которая по силе своего воздействия не уступает первым трем [Добросклонская, 1998: 33].

Чтобы воздействовать на умы и чувства читателей пресса мобилизует все свои возможности, все средства языка. Газетный стиль отличается от других стилей литературного языка тем, что убеждение в данном стиле является главной функцией языка и носит агитационный характер.

Газетно-публицистическому стилю присуща экспрессивность, которая сводится к метафорам, сравнениям, эпитетам. Здесь особое место занимает выбор точного, яркого, выразительного слова.

Если говорить об американских СМИ, то отличительной их чертой является использование вопроса в конце абзаца, что подкрепляет функцию воздействия. В целом, от того как журналист освещает то или иное событие зависит дальнейшее отношение общества к явлению. Так, например, такие западные издания, как *THE GLOBE AND MAIL*, *THE TIMES*, *THE WALL STREET JOURNAL* пишут о России как об агрессоре, а о В.В. Путине, президенте страны, как о человеке, загнанном в тупик, навязывая при этом негативное отношение к другой стране. Однако, согласно опросам *Economist / You Gov* около 77% американцев считают президента Российской Федерации сильным лидером. Это довольно хороший показатель, особенно по сравнению с опросом, проводившемся относительно лидерских качеств Барака Обамы, где только 45% американцев высоко их оценили.

Одним из ярких примеров воздействия прессы на политические события в стране является Уотергейтский скандал – политические события в Соединенных Штатах 1972–1974 годов, которые закончились отставкой Ричарда Никсона, президента страны. В 1968 году, заняв пост президента, Ричард Никсон принес немало побед Америке, решив ряд важных внешнеполитических вопросов. Однако его внутривнутриполитические действия стали причиной его отставки. 17 июня 1972 года были задержаны 5 человек в отеле Уотергейт, основной целью которых была настройка подслушивающей аппаратуры; один из задержанных оказался сотрудником избирательной компании Никсона. Организовав личную тайную службу, президент следил за своими конкурентами и противниками, подслушивал телефонные разговоры своих оппонентов. Скандал освещали двое журналистов издания *WASHINGTON POST* Боб Вудворд и Карл Бернштейн. Проведя собственное расследование, они сумели найти приближенного к президентской администрации осведомителя. Большинство исследователей считают, что именно СМИ внесли большой вклад в расследование Уотергейтского скандала. Так, один из американских исследователей Самюэль Хантингтон утверждал, что средства массовой информации бросили вызов и нанесли поражение главе исполнительной власти. Иными словами, газетные издания сделали то, что не удавалось ни одному отдельному институту в американской истории – лишили президента страны, добившегося поддержки большинства своего поста.

В США можно наблюдать две формы управления политическими впечатлениями массы: 1) установка контроля над объемом выпускаемой информации; 2) призыв поддержки того или иного действия. Несмотря на то, что прессе следует освещать события беспристрастно, представители масс медиа часто пренебрегают этим правилом. При подаче информации мнения преобладают над фактами.

Заядлым читателем газет на сегодня является британский народ. В Британии на тысячу человек приходится 326 ежедневных газет, что на 130

больше, чем в Соединенных Штатах. По мнению исследователя британской прессы Ф. Уильямса, «никакой другой народ на земле не является столь ревностным читателем газет, как британский» [Williams, 1957: 1].

Примером этого являются события июня 2016 года, когда Великобритания вышла из состава Европейского союза. Согласно проведенному референдуму, 52% населения проголосовали за выход, а 48% – против. Площадкой для политических дебатов выступали СМИ. Нельзя отрицать тот факт, что британские СМИ в решающей степени повлияли на настроения голосовавших граждан. Средства массовой информации так же, как и сообщества в социальных сетях, оперативно разделили подданных Соединенного Королевства на сторонников членства в ЕС и его противников. Прибегая к помощи СМИ, политическая элита Британии реализовала принцип «разделяй и властвуй», поддерживая ассоциацию с бунтом британских синих воротничков против либерально настроенных элементов. Так, британский исследователь М. Берри отметил, что для обеспечения поддержки у максимально широкого охвата аудитории, данной категории граждан были предложены простые сообщения, укладывающиеся в формулу «верните себе контроль». Вот примеры регулярных публикаций газеты *DAILY EXPRESS*: “Foreign crooks will get free pass to UK if we stay in EU” – «Иностранные мошенники получают бесплатный пропуск в Великобританию, если мы останемся в ЕС», “Millions of EU migrants grab our jobs” – «Миллионы мигрантов из ЕС отнимают у нас работу», “French to let migrants head for Britain” – «Французы пустят мигрантов в Британию». Так же действовали и другие британские СМИ. В частности, *DAILY STAR*, после подведения итогов, вышел с заголовком “Now let’s make Britain great again!” – «Сделаем Британию снова великой!». *DAILY MAIL* – одно из крупнейших британских изданий на первой полосе поместил текст, куда были включены следующие формулировки: *Brexit vote sees the quiet people of Britain* – «голос тихих граждан Британии», *the most grandiose event of our days* – «самое грандиозное событие наших дней», *the contemptuous Brussels elite* – «высокомерная элита в Брюсселе». В таких газетах, как *THE GUARDIAN*, *DAILY TELEGRAPH*, *DAILY MIRROR* публикации были более сдержанными, однако и в них акцент был сделан на бесповоротности и эпохальности выхода Британии из Евросоюза, получившего название «брексит» (сокращение от англ. *Britain Exit*). Следовательно, без влияния медийного конгломерата Великобритании выход Великобритании из Евросоюза мог бы и не состояться.

Таким образом, газета является одним из мощных способов воздействия и манипуляции, чем и пользуются сотрудники средств массовой информации. Авторы газетных статей достигают своих целей, тщательно подбирая события и детали их описания. Всеохватность и все масштабность данного канала воздействия позволяет оказывать влияние на сознание личности. Посредством газеты читатель не просто получает информа-

цию о каком-либо событии, но и воспринимает данную информацию через призму восприятия автором. Воздействуя на общество в целом, пресса воздействует на каждого по отдельности. Это один из мощных способов формирования общественного мнения.

Литература

1. Добросклонская, Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ / Т.Г. Добросклонская. – Москва: Флинта: Наука, 2008. – 264 с.
2. Williams, F. Dangerous estate: the anatomy of newspapers / F. Williams. – Longmans: Green, 1957. – p. 304.
3. Арнольд, И.В. Стилистика современного английского языка: учеб. пособие / И.В. Арнольд. – 3-е изд. – Москва: Просвещение, 1990. – 300 с.
4. Брандес, М.П. Стилистика немецкого языка / М.П. Брандес. – 2-е изд. – Москва: Высшая школа, 1990. – 320 с.
5. Гальперин, И.Р. Очерки по стилистике английского языка / И.Р. Гальперин. – Москва: Искра революции, 1958. – 458 с.
6. Солганик, Г.Я. Стилистика современного русского языка и культура речи / Г.Я. Солганик. – 4-е изд. – Москва: Академия, 2007. – 256 с.
7. Глинчевский, Э.И. Средства речевого воздействия в языке СМИ [Электронный ресурс] / Э.И. Глинчевский // Вестник Московского университета. – 2005. – № 4. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=12331440> (дата обращения: 22.02.2019).
8. Федорова, К.И. Реализация речевой агрессии: стратегия дискредитации и стратегия манипулирования в англоязычных СМИ [Электронный ресурс] / К.И. Федорова, Н.В. Сабурова, С.В. Николаева // Вестник северо-восточного федерального университета им. М.К. Аммосова. – 2016. – № 5. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=27326163> (дата обращения: 22.01.2019).

УДК 81'25
ГРНТИ 16.31.41

КЛАССИФИКАЦИЯ ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ И ОСОБЕННОСТИ ИХ ПЕРЕВОДА

THE CLASSIFICATION OF ENGLISH PHRASEOLOGICAL UNITS AND SPECIFIC FEATURES OF THEIR TRANSLATION

А.Н. Таенкова

Научный руководитель: Н.В. Крицкая, канд. филол. наук, доцент

Томский государственный педагогический университет, г. Томск, Россия

Ключевые слова: фразеологическая единица, перевод, классификация.

Key words: phraseological unit, translation, classification.

Аннотация. В процессе перевода с английского языка на русский важное значение имеет точная передача значения фразеологизмов. Выбор способов перевода фразеологизмов обусловлен, в том числе, принадлежностью фразеологической единицы к определенному классу, каждый из которых имеет свои особенности и структуру. В статье рассматриваются некоторые из классификаций фразеологических единиц советских и российских учёных, а также способы перевода фразеологических единиц.

Цель статьи – рассмотрение различных подходов к классификации. Определение фразеологической единицы в лингвистической науке неоднозначно. Большинство лингвистов понятия «фразеологическая единица» и «фразеологизм» считают синонимами.

В.В. Виноградов, Н.Н. Амосова (ссылаясь на В.В. Виноградова) отмечают, что «фразеологическая единица – устойчивый словесный комплекс, языковое образование, не создаваемое, а лишь воспроизводимое в процессе речи» [1, с. 4].

В. Кунин считает, что «фразеологические единицы – это устойчивые сочетания лексем с полностью или частично переосмысленным значением» [2, с. 89].

Большинство исследователей называют следующие признаки фразеологической единицы:

- семантическая целостность (невыводимость значения фразеологизма из значений его компонентов (слов));
- неизменность формы, в которой фразеологизм употребляется в речи;
- наличие двух и более слов-компонентов [3].

В 50–60-е гг. XX в. в советской лингвистической науке проблемами фразеологии в целом и фразеологии английского языка в частности занимались такие известные ученые, как В.В. Виноградов, А.И. Кунин, А.И. Смирницкий, Н.Н. Амосова.

Рассмотрим основные подходы и самые известные классификации фразеологических единиц.

В.В. Виноградов (1895–1969) – советский лингвист, автор фразеологической теории и одной из первых классификаций фразеологических единиц [4].

Фразеологическая теория В.В. Виноградова включает следующие основные положения:

- (идиомы) – семантически неделимый оборот, значение которого совершенно не выводимо из значений его компонентов: *hot potato* – дело, от которого хочется избавиться, *to be all thumbs* – быть неуклюжим;
- единства – устойчивые словосочетания с общим переносным значением, в которых отчетливо сохраняются признаки семантической раздельности компонентов: *to burn bridges* – сжигать мосты, *принять твердое решение не возвращаться к чему-либо*, *to have other fish to fry* – иметь дела поважнее;
- фразеологические сочетания – один компонент семантически зависит от другого и в связи с ним имеет несвободное, фразеологически связанное значение. В них допустима вариантность одного из компонентов: *a bosom friend* – закадычный друг, *a bosom buddy* – закадычный приятель, *to meet a demand* – удовлетворять требованиям.

А.И. Кунин (1909–1996), профессор Московского лингвистического университета и известный специалист по фразеологии английского языка считал, что Виноградов необоснованно широко трактовал понятие фразеологии и включал теорию фразеологии в грамматическое учение о слове [5, 6].

Согласно определению А.В. Кунина, «фразеологизмы являются сочетаниями слов, т.е. раздельнооформленными образованиями с полностью или частично переосмысленными компонентами, фразеологическими значениями» [3, с. 24].

А.В. Кунин также говорил о важности учета специфики фразеологических единиц, их неэквивалентности словам:

- фразеологические единицы и слова – качественно разные образования в структурном и семантическом отношении;
- фразеологизмы – сочетания слов, представляющий собой фразеологический, а не лексический уровень языка, при этом у словосочетаний и слов наблюдается общность синтаксических функций;
- фразеологизмы, как и слова, могут иметь свойства многозначности и омонимии. Например: «**дать слово**» может иметь значение «*обещать*» или «*дать возможность высказаться*».

А.В. Кунину принадлежит также структурно-семантическая классификация фразеологических единиц в английском языке:

- Номинативные фразеологические единицы (обороты с предикативной структурой и обороты частично предикативные): *As the crow flies – коротким путем, напрямик, to be on top of the world – быть на седьмом небе;*
- Глагольные словосочетания, которые трансформируются в предложении при употреблении глагола в страдательном залоге: *to break the ice – the ice is broken, to cross (pass) the Rubicon – the Rubicon is crossed;*
- Междометные словосочетания и междометия с предикативной структурой: *Good heavens! By George!*

К фразеологическим единицам четвертого класса А.В. Кунин относит любые типы предложений, не отнесенные к первым трем.

А.И. Смирницкий (1903–1954) рассматривал структурные типы фразеологических единиц и разработал стилистико-функциональную классификацию фразеологических единиц:

- Стилистически нейтральные фразеологические единицы, потерявшие метафоричность или никогда не имевшие её (номинативные, устойчивые сочетания типа *to get up, to fall in love*);
- Эмоционально-экспрессивные, основанные на метафоре (собственно идиомы).

Фразеологические единицы, согласно А.И. Смирницкому, противопоставляются традиционным словосочетаниям, идиомам и предложениям, входящим в систему языка, прежде всего тем, что они уподобляются одному

целому слову, хотя грамматически оформленными оказываются все их компоненты.

А.И. Смирницкий предлагает также классификацию, основанную на количестве семантически однозначных элементов, составляющих фразеологическую единицу:

- Одновершинные (*give up, make out*);
- Двухвершинные (*a white elephant* – обременительное имущество, обуза, подарок, от которого не знаешь, как избавиться);
- Многовершинные *to have all one's eggs in one basket*).

Н.Н. Амосова (1911–1966) анализировала фразеологические единицы с точки зрения контекста. Неотъемлемым признаком фразеологизма, по мнению Амосовой, является постоянный контекст, то есть «сочетание семантически реализуемого слова, относительно которого контекст вычленяется, с указательным минимумом, т.е. элементом речевой цепи, несущим требуемое семантическое указание.

Единицы постоянного контекста подразделяются на фраземы и идиомы.

Фраземы – бинарные единицы, в которых один из компонентов является фразеологически связанным, а другой – свободным. Они могут иметь структуру атрибутивного сочетания с препозитивным определением в виде:

- прилагательного: *black frost* – мороз без снега;
- существительного: *pipe dream* – беспочвенное мечтание;
- причастия: *tied cottage* – казенный домик для рабочего;
- сочетания с постпозитивным предложным определением: *frame of mind* – умонастроение.

Фраземы могут быть глагольного типа: *to knit one's brows, to crack a joke*.

Идиомы – единицы постоянного контекста, в которых указательный минимум и семантически реализуемый элемент составляют тождество и которые характеризуются целостным значением. Значение целого не выводимо из суммы значений элементов идиомы: *red tape* волокита, бюрократизм, *full of beans* – энергичный, полный энтузиазма.

Существует также переводоведческая классификация фразеологических единиц в зависимости от соотношения между единицами языка оригинала (ИЯ) и языка перевода (ПЯ). О ней упоминают болгарские авторы монографии «Непереводимое в переводе» С. Влахов (1917–2011) и С. Флорин (1912–1999) [7, с. 183]:

- фразеологическая единица ИЯ равнозначна фразеологической единице ПЯ, их смысловое значение и коннотация соответствуют друг другу независимо от контекста (эквивалент): *Time is money* – Время – деньги;
- фразеологическую единицу ИЯ можно передать на ПЯ с некоторым отступлением от полноценного перевода (вариант или аналог): *To catch somebody red-handed* – Поймать на месте преступления;

- фразеологическая единица ИЯ не имеет в ПЯ ни эквивалентов, ни аналогов. В этом случае ФЕ в ПЯ передается иными, нефразеологическими, средствами (нефразеологический перевод, калькирование, транскрипция, транслитерация): *The real McCoy* – отличная вещь, нечто очень ценное.

Авторы считают, что нужно стремиться переводить фразеологизм фразеологизмом и искать иные способы перевода, только если в данном случае очевидна нецелесообразность фразеологического перевода [7, с. 183].

Анатолий Николаевич Баранов, специалист по лингвистической семантике, политической лингвистике, политической метафоре и лингвистической экспертизе текста определяет фразеологию как раздел языкознания, пограничный между лексикой и грамматикой. С одной стороны, фразеологизмы – часть лексикона, воспроизводимые как его единицы, с другой – словосочетания, которые являются предметом изучения синтаксиса.

А. Баранов выделяет следующие типы фразеологизмов [8]:

1. Идиомы, которые образуются по нерегулярным правилам, и все их слова-компоненты переосмыслены;

2. Коллокации, в которых одно слово используется в прямом значении, другое – в переносном: «*принять решение*» (Выбор глагола идиоматичен), *to make a decision* (буквально: сделать решение)

3. Пословицы и поговорки – фразеологизмы, изучаемые отдельной наукой паремией, но являющиеся частью фразеологической системы.

Способы перевода фразеологизмов:

- Фразеологический (полный эквивалент, частичный эквивалент, относительный эквивалент, индивидуальный эквивалент).

Методы нефразеологического перевода:

- Строго лексический: Фразеологизм (ИЯ) – Слово (ПЯ);

- Калькирование. Используется, когда невозможно сохранить эмоционально-экспрессивный характер другими методами;

- Описательный перевод. Толкование фразеологизма, не имеющего эквивалента в ПЯ.

Подводя итоги, мы констатируем факт, что существуют разные классификации фразеологических единиц, и они построены по разным принципам. Перевод фразеологизмов становится непростой задачей и требует использования разных способов перевода в том или ином случае.

Литература

1. Амосова, Н.Н. Основы английской фразеологии / предисл. О.И. Бродович. Изд. 3-е. – Москва: Книжный дом «Либроком», 2013. – 216 с.
2. Кунин, А.В. О фразеологической номинации / А.В. Кунин // Фразеологическая семантика: Сборник научных трудов. – Москва, 1983. Вып. 211. – С. 88–100.
3. Кунин, А.В. Английская фразеология (теоретический курс) / А.В. Кунин. – Москва: Высшая школа, 1970. – 342 с.

4. Виноградов, В.В. Об основных видах фразеологических единиц в русском языке / В.В. Виноградов // Лексикология и лексикография: избранные труды. – Москва: Наука, 1986. – 161 с.
5. Кунин, А.В. Курс фразеологии современного английского языка: учеб. для ин-тов и фак. иностр. яз / А.В. Кунин. – 2-е изд., перераб. – Москва: Высш. шк., Дубна: Изд. Центр «Феникс», 1996. – 381 с.
6. Кунин, А.В. Фразеология современного английского языка: опыт систематизированного описания / А.В. Кунин. – Москва: Международные отношения, 1972. – 287 с.
7. Влахов, С., Флорин, С. Непереводимое в переводе / под ред. Вл. Россельса. – Москва: Международные отношения, 1980. – 352 с.
8. Баранов, А. Теория фразеологии. Режим доступа: <https://postnauka.ru/video/45958>.

УДК 372.881
ГРНТИ 14.25.09

РАЗВИТИЕ МНЕМИЧЕСКИХ СПОСОБНОСТЕЙ В ПРОЦЕССЕ РАБОТЫ С ИНОЯЗЫЧНЫМ ЛЕКСИЧЕСКИМ МАТЕРИАЛОМ

DEVELOPING MNEMONIC SKILLS WHEN TEACHING VOCABULARY

Ю.А. Трошина

Научный руководитель: Ю.А. Карманова, канд. филол. наук

Томский государственный педагогический университет, г. Томск, Россия

Ключевые слова: мнемотехника, мнемические способности, методы развития мнемических способностей в разные времена, современные мнемотехники, результаты опытно-экспериментальной проверки.

Key words: mnemonics, mnemonic skills, mnemonic techniques of different periods, modern techniques for memorizing English vocabulary, results of the experiment.

Аннотация. В настоящей статье рассмотрено понятие «мнемические способности», описаны трудности запоминания иноязычного лексического материала и методы совершенствования мнемических способностей в разные исторические периоды, а также представлены результаты опытно-экспериментальной проверки уровня сформированности данных способностей у студентов-бакалавров (направление подготовки Педагогическое образование).

Изменения, происходящие в системе современного образования, несомненно, влекут за собой появление нового социального заказа – специалистов, владеющих иностранным языком. В частности, это имеет отношение к будущим педагогическим кадрам в области иностранных языков. Основной целью становится овладение профессиональной компетентностью, включающей в себя знания, умения и навыки в сфере профессиональной деятельности, а также активное и свободное владение иностранным языком.

Многие исследователи (И.М. Берман, Р.А. Кузнецова, В.С. Коростелев, И.А. Зимняя, Б.В. Беляев, В.А. Кондратьева) отмечают, что во многом владение иностранным языком на должном уровне определяется наличием достаточного словарного запаса и умелом его использовании в потоке речи. В связи с этим, возникает проблема запоминания больших объемов лексического материала, представляющая научный и практический интерес. Прежде всего, она обусловлена индивидуальными психофизиологическими особенностями студентов, а также методическими приемами введения, отработки и закрепления иноязычной лексики [1, с. 102].

Анализ психолого-педагогической литературы позволил установить, что при довольно большом количестве материалов по работе с лексической стороной иноязычной речи, механизмы запоминания в структуре мнемических способностей студентов при усвоении лексики изучены недостаточно.

Для начала, стоит разобраться в понятии «мнемотехника». Мнемотехника или мнемоника (от греч. «mneme – память» и «techne – искусство») является одной из старейших прикладных дисциплин. Практическим аспектом данной науки, а именно способами запоминания информации, пользовались еще племена Майя и древние египтяне. Что касается первых письменных работ, связанных с мнемотехникой, то они датируются 86–82 гг. до н.э. [1, с. 103].

Технология мнемотехники облегчает запоминание, увеличивает объем памяти путем образования дополнительных ассоциаций и позволяет в увлекательной форме решать задачи речевого развития – утверждает Т.Б. Полянская [2, с. 15]. Другое определение дает В.А. Козаренко: «мнемотехника – это система внутреннего письма, основанная на непосредственной записи в мозг связей между зрительными образами, обозначающими значимые элементы запоминаемой информации» [3, с. 110].

Эффективность использования мнемотехнических приемов была доказана еще в древности. В каждую эпоху существовали свои методы развития памяти. Достаточно широко известен тот факт, что в древнем Риме во время репетиций длинных речей М.Т. Цицерон обходил свои владения и ассоциировал каждую комнату с определенной темой, что облегчало запоминание последовательности мыслей. Сейчас этот общеизвестный мнемотехнический прием носит имя древнеримского оратора, а также известен под названием «метод локаций» или «римская комната», и основан на зрительных образах. В конце позднего Средневековья (XVI в.) на смену классической мнемотехнике пришла мнемотехника педагогическая. Ее отцом-основателем принято считать французского философа и педагога П. Рамуса. В условиях группового обучения учебные заведения стали ориентироваться на массовый практический результат используемых техник. Мнемотехника того времени представляет собой повторение материала путем чтения, произнесения слов вслух и т.д. Другими словами,

это практикуемое до настоящего времени механическое запоминание информации («зубрежка») [7, с. 70].

В современной мнемотехнике все больше появляются авторские методики, ориентированные на запоминание большого объема данных и быстрое их воспроизведение после однократного предъявления. Приемы определяются спецификой запоминаемого. Интерес к данной науке стремительно возрастает, появляются новые техники. Среди авторов современных научных работ выделяют Л.П. Бычкову, Е.Ю. Бондыреву, Р.С. Шилко, И.В. Андрееву, В.И. Гончарова. В интернет-пространстве создаются сайты с руководствами по совершенствованию мнемических способностей, открываются оффлайн центры, проводятся соответствующие тренинги, семинары и мастер-классы [6, с. 5].

Несмотря на все вышеперечисленное, не существует единой классификации мнемотехник, как и нет единого взгляда на то, что правомерно к ним отнести. В самом названии дисциплины фигурирует слово «искусство», а большинство определений начинаются с того, что это совокупность различных приемов, способствующих искусственному запоминанию как можно большего количества предъявляемой информации.

Что касается трудностей запоминания и хранения в долговременной памяти иноязычного лексического материала, то они связаны с его особенностями. Данный вид материалов отличается от других тем, что имеет свои словообразовательные особенности, многозначность, сочетаемость с определенными частями речи, определенные семантические отношения, наличие ассоциативно-семантических и функционально-семантических полей [6, с. 3–4].

Следует отметить, что перечисленные мнемотехники призваны усовершенствовать непосредственно мнемические способности, то есть способности к запоминанию различной информации, и иноязычной в том числе. Ученые подразделяют их на уровни. Одни можно определять в большей мере как некую «чистую» способность к «запечатлению», другие – связаны со смысловым кодированием информации. Соответственно в структуре мнемических способностей можно выделить, по крайней мере, два их вида: способности к запечатлению и способности к смысловой переработке информации. Установлено, что эти виды мнемических способностей обуславливаются разными физиологическими особенностями [4, с. 112]. Мнемические способности к зрительному запечатлению оказываются больше зависимыми от природных свойств зрительного следа, измеренного в сенсорной (зрительной) области мозга. Способности к слуховому запоминанию обусловлены строением уха и наследственностью. Мнемические способности, связанные со смысловой переработкой материала, в основном определяются параметрами свойств регуляторных отделов мозга. Помимо этого, большое влияние на мнемические способности человека оказывают социальные факторы. К ним стоит отнести

ближайшее окружение, профессию. Французской психологической школой была доказана прямая зависимость процесса развития памяти не столько от биологических особенностей, сколько от практической деятельности человека в социуме [5, с. 150].

Для установления уровня сформированности мнемических способностей студентов направления «Педагогическое образование с двумя профилями подготовки»: «Иностранный язык (англ.) и «Иностранный язык (фран.)» была проведена проверка с использованием двух заданий. Первое представляло собой прослушивание числовых рядов на английском языке, состоящих из четырех двузначных чисел, и затем их воспроизведение также на английском языке, второе – запоминание слов, расположенных в таблице в течение одной минуты, а затем запись сохранившихся в кратковременной памяти слов на таком же табличном поле, но уже чистом.

Результаты опытной проверки показали, что в среднем, студент может запомнить 3 числа из 4 озвученных двузначных чисел. Легко запоминались ряды с повторяющимися числами (например, 15-48-15-49), трудность составляли ряды чисел с абсолютно разным составом (например, 65-36-28-97). Согласно результатам второго предложенного задания 60% опрошенных правильно запомнили отдельные слова или целую строку слов, связанных с семьей, что свидетельствует о влиянии собственного жизненного опыта на запоминание слов, 20% смогли точно воспроизвести одну из строк. Основное количество правильно воспроизведенной информации находилось либо в самой верхней строке, либо в самой нижней строке таблицы. Среднее количество запоминаемых слов равно 7, что подтверждает гипотезу гарвардского психолога Д. Миллера о том, что человек способен удержать в кратковременной памяти от 7 до 10 единиц информации.

Как же развивать способности к запоминанию иноязычного лексического материала? Ответ кроется в использовании различных мнемотехник и способах введения, отработки и закрепления лексики. Не умаляя сложности других школьных и вузовских предметов, необходимо признать, что изучение иностранного языка требует наибольших затрат времени и усилий на запоминание новой информации.

Таким образом, можно сказать, что в настоящее время совершенствование памяти является одним из ключевых моментов в обучении педагогов иностранного языка. Оставляя без внимания этот важный процесс, значительно снижается результативность обучения иностранному языку. Анализ проведенной экспериментальной проверки показал, что уровень сформированности мнемических способностей студентов соответствует норме. Однако, с целью дальнейшего развития способностей к запоминанию иноязычного лексического материала в больших объемах планируется использовать различные мнемотехнические приемы в ходе занятий по иностранному языку, что, несомненно, позволит повысить уровень

владения иностранным языком и уровень профессиональной подготовки студентов.

Литература

1. Омельченко, Л.В. Использование приёмов мнемотехники в развитии связной речи / Л.В. Омельченко // Логопед. – Москва, 2008. – № 4. – С. 102–105.
2. Полянская, Т.Б. Использование метода мнемотехники в обучении рассказыванию детей дошкольного возраста / Т.Б. Полянская. – Санкт-Петербург: Детство-Пресс, 2009. – 64 с.
3. Козаренко, В.А. Учебник мнемотехники. Система запоминания «Джор-дано» / В.А. Козаренко. – Москва: Самиздат, 2007. – 350 с.
4. Изюмова, С.А. Уровни памяти человека и их психофизиологические характеристики / С.А. Изюмова // Вопросы психологии. – Москва, 1984. – № 6. – С. 110–118.
5. Изюмова, С.А. Свойство активированности и процессы переработки и хранения информации у человека / С.А. Изюмова // Психофизиологические исследования интеллектуальной саморегуляции и активности. – Москва, 1980. – С. 148–163.
6. Фатеева, Г.И. Характеристика мнемотехники как метода развития мышления у детей и взрослых [Текст] / Г.И. Фатеева // Актуальные задачи педагогики: материалы IX Международной научной конференции (г. Москва, июнь 2018 г.). – Москва: Буки-Веди, 2018. – С. 3–5. – URL: <https://moluch.ru/conf/ped/archive/279/14274/> (дата обращения: 11.04.2019).
7. Сокуренок, Е. Дворцы памяти: основы мнемотехники / Е. Сокуренок // Библиополе. – Москва, 2014. – №8. – С. 68–71.

УДК 811.111
ГРНТИ 16.21.27

ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА СОЗДАНИЯ ОБРАЗА РОССИИ В ЗАГОЛОВКАХ СОВРЕМЕННОЙ АНГЛОЯЗЫЧНОЙ ПРЕССЫ

THE LANGUAGE MEANS OF THE CREATING OF THE IMAGE OF RUSSIA IN THE HEADLINES OF THE MODERN ENGLISH PRESS

Ю.Т. Эбингардт

Научный руководитель: Н.А. Резникова, канд. филол. наук, доцент

Томский государственный педагогический университет, г. Томск, Россия

Ключевые слова: лингвистика, экстралингвистика, публицистический дискурс, политический дискурс, языковые средства, грамматика, троп, манипулирование, реципиент, образ, стилистика, лексика.

Key words: linguistics, extralinguistics, journalistic discourse, political discourse, language means, grammar, trope, manipulation, recipient, image, style, vocabulary.

Аннотация. На современном этапе развития социолингвистики все большую актуальность приобретают вопросы о том, как различные средства массовой информации способны оказывать воздействие на сознание реципиентов. В прессе ежедневно освещаются те или иные политические события. Статьи в газетах призваны не только информировать читателей, но также и повлиять на них. В данной работе исследуются разнообразные языковые средства, используемые в заголовках статей американской и британской прессы, посвященных России. Анализ позволяет сделать выводы об образе российского государства и политики, который превалирует в настоящее время на страницах печатных изданий Великобритании и Америки.

На сегодняшний день, несмотря на высокую популярность интернета, пресса остается одним из актуальных источников информации в англоговорящих странах. Периодические издания читаются значительной частью населения стран. В рамках функционирования публицистического дискурса, неотъемлемой частью которого является пресса, выделяют такой аспект, как манипулирование сознанием – принято считать, что именно это является основной целью указанного дискурса [1, с. 104]. Образ конкретного государства, имеющий определенную эмоциональную окрашенность, не является исключением.

Образ страны может быть сформирован совокупностью экстралингвистических и лингвистических факторов. В формате прессы, несомненно, особую важность имеет вторая категория. При этом значимыми маркерами формирования образа государства выступают заголовки статей, в которых в лаконичном и образном формате представлена основная идея излагаемого далее материала.

Пресса в Великобритании на сегодняшний день имеет достаточно высокую популярность: публикуются более 130 ежедневных и воскресных газет, 1800 – еженедельных, и более 7000 – иных периодических изданий [2, с. 6]. В наиболее известных британских изданиях регулярно освещаются события, связанные с деятельностью России не только внутри страны, но и на международной политической арене. При этом используются языковые средства, и в особенностях их употребления определенно прослеживаются некоторые относительно устойчивые тенденции. Для проведения анализа были отобраны такие авторитетные издания, издающиеся на территории Великобритании, как “Daily Mail”, “The Guardian”, “The Mirror”, “The Times”.

Лексика заголовков газетных статей весьма многообразна и предполагает значительное использование соответствующих терминов и понятий. При этом лексические единицы должны быть доступны широкой аудитории и легко интерпретироваться среднестатистическим представителем гражданского общества. Также в заголовках может отмечаться значительный объем эмоционально окрашенной лексики, что лишь усиливает воздействие на сознание реципиентов [3, с. 107]. Заголовок статьи “My circle of protection in the Gulag’: Salisbury poison victim Sergei Skripal reveals how he survived Russia’s notorious prison camp and Stalin’s torture cells before the dramatic ‘spy swap’ which finally saw him free”, которая была опубликована в газете “Daily Mail” 04.10.2018, характеризуется насыщенностью эмоционально-экспрессивной лексики: “victim”, “survive”, “torture”, “dramatic” [4]. Выбор лексических средств направлен на создание образа несправедливой политики в России, которая жестока по отношению к оступившимся, по мнению власти, людям.

Англоязычные СМИ неоднократно обвиняли Россию в оказании поддержки авторитарному режиму в Судане, и статья под заголовком “Russian

mercenaries help put down Sudan protests”, опубликованная в “The Times” 10.01.2019, не является исключением [5]. Опускание частицы “to” после глагола “help” лаконизирует заголовок, делая его более емким и выразительным.

В газете “The Guardian” 17.01.2019 была опубликована статья “Putin gets puppy and hero’s welcome on Serbia trip” [6]. Заголовок повествует о межкультурных связях России с другими странами – очевидно, что посещение Сербии прошло в формате дружественного визита. Среди языковых особенностей заголовка уместно обозначить использование такого приема, как зевгма – в конструкции опущен предполагаемый глагол, что приводит к достижению юмористического эффекта: подарок в виде щенка напрямую сопоставляется с проявлением радушия по отношению к президенту при его приеме в стране.

Так же, как и газеты Великобритании, американская пресса освещает события, происходящие внутри России и за ее пределами. Заголовки статей в значительной степени маркируют образ страны, и потому представляется уместным изучение языковых средств, при помощи которых он создается. Для проведения анализа были отобраны такие издания, как “Stratfor”, “The Hill” и “The New York Times”.

Интересная точка зрения выражена в статье под названием “When Russia Was Full of Hope”, опубликованной в “The New York Times” 21.11.2018 [7]. Заголовок отличается крайней степенью образности, и можно сказать, что содержит некое подобие реминисцентности, выраженной в ностальгии автора материала по былым временам. При этом реминисцентность определяется тем, что журналист обращается к воспоминаниям не об абстрактном прошлом, а о событиях, связанных с созданием капсул времени. Также можно говорить об использовании контраста: с благополучным прошлым России (когда страна «была полна надежд») сопоставляется не обозначенное словесно настоящее. Помимо этого, структура “full of hope” отличается идиоматичностью [8]. Можно сказать, что заголовок демонстрирует субъективное мнение автора относительно упадка российского сообщества в сопоставлении прошлого с современностью.

Негативные аспекты внутри российского общества также затрагиваются в американской прессе. Примером является публикация “Selling Real Estate in Russia? Are You Crazy?” в “The New York Times” от 25.12.2018 [7]. Так, заголовок дает общее представление о содержании материала, в котором раскрывается изошренность и интенсивность использования мошеннических схем на рынке недвижимости России. При этом языковыми особенностями заголовка являются обращение к риторическому вопросу и употребление экспрессивной лексики. Совокупность приемов не только задает психоэмоциональный фон публикации, но также оказывает влияние на сознание потенциального читателя, инициировав в нем негативные размышления о деятельности российских риелторов.

В издании под названием “The Hill” 16.01.2019 была опубликована статья, озаглавленная как “Kremlin says Russia is ready to work with US to save nuclear arms treaty” [9]. Из заголовка, а также содержания материала следует, что Россия стремится к ликвидации ракет средней и меньшей дальности для обеспечения безопасности на международной арене. Россия представлена как страна, стремящаяся к мирному улаживанию вопросов. Образ создан при помощи сразу нескольких языковых средств: метонимия и персонификация. Метонимия проявляется в использовании структуры “Kremlin says” – очевидно, что сам Кремль не может осуществлять коммуникативного акта, но на это способны люди, работающие в нем. При этом существительное персонифицировано, т.к. лексическая единица сопряжена с глаголом, преимущественно используемым в синтагме с одушевленными существительными. То же самое касается структуры “Russia is ready to work” – именем страны названа совокупность людей, возглавляющих ее правительство.

Анализ заголовков англоязычной прессы продемонстрировал, что в прессе преимущественно делается упор на отрицательный образ России. Авторы напрямую или косвенно указывают на такие, по их мнению, черты государства, как авторитарность режима, противостояние значительному числу развитых стран, стремление к лидерству на политической арене. Среди положительных свойств отмечается активное взаимодействие с рядом государств, разделяющих политические взгляды представителей власти России. Языковые средства, используемые для создания образа страны, проявляются преимущественно на лексическом уровне, однако также встречаются в синтаксисе и грамматике заголовков. Наиболее релевантными языковыми средствами создания образа России в заголовках прессы являются метонимия, эпитет, метафора, персонификация, реминисценция.

В целом, в материалах британской и американской прессы прослеживается тенденция создания негативного образа России. При этом в изданиях Великобритании преимущественно освещается политическая деятельность страны, в то время как материалы американских источников более многообразны, и затрагивают вопросы культуры, истории и технологического развития.

Литература

1. Bayley, P. Live oratory in the television age: The language of formal speeches / P. Bayley // G. Ragazzini, D.R.B.P. Miller eds. Campaign language: Language, image, myth in the U.S. presidential elections 1984. – Bologna, 1985. – P. 77–74.
2. Соколов, В.С. Журналистика западноевропейских стран: учеб. пособие / В.С. Соколов. – Ленинград: ЛГУ, 1990. – 104 с.
3. Уржумцева, А.О. Языковые особенности политического дискурса / А.О. Уржумцева. – Москва, 2009. – 198 с.
4. Daily Mail [Electronic Source]. – URL: www.dailymail.co.uk (date of access: 01.12.2018 – 22.01.2019).

5. The Times [Electronic Source]. – URL: <https://www.thetimes.co.uk> (date of access: 01.12.2018 – 22.01.2019).
6. The Guardian [Electronic Source]. – URL: <https://www.theguardian.com> (date of access: 01.12.2018 – 22.01.2019).
7. The New York Times [Electronic Source]. – URL: <https://www.nytimes.com> (date of access: 01.12.2018 – 22.01.2019).
8. Cambridge dictionary: make your words meaningful [Electronic Source]. – URL: <https://dictionary.cambridge.org/> (mode of access: 01.12.2018 – 22.01.2019).
9. The Hill [Electronic Source]. – URL: <https://thehill.com> (date of access: 01.12.2018 – 22.01.2019).

УДК 811.161.1
ГРНТИ 16.41.21

ЯЗЫКОВАЯ СПЕЦИФИКА РУССКИХ НАРОДНЫХ СКАЗОК

LANGUAGE SPECIFICITY OF RUSSIAN FOLK TALES

М.В. Эфтимович

Научный руководитель: Н.В. Полякова, канд. филол. наук, доцент

Томский государственный педагогический университет, г. Томск, Россия

Ключевые слова: сказка, сказочные герои, особенности сказочного жанра, архаизмы.

Key words: fairytale, fairytale heroes, features of the fairytale genre, archaisms.

Аннотация. У некоторых людей при слове «сказка» возникают ассоциации, связанные с детьми и детством. Однако благодаря этому жанру можно ответить на вполне «взрослые» лингвистические вопросы. Изучение сказок на сегодняшний день необходимо для исследования живой, разговорной речи. В данной статье мы рассмотрим языковую специфику русских народных сказок и раскроем лингвистические ценности, скрывающиеся за ними. В рамках этого исследования поговорим об особенностях жанра сказки и проанализируем архаизмы и устаревшие слова.

«Сказка – это рассказанная по определенным правилам история. Только заведомо вымышленная!» [1]. Какие фантастические образы встречаются в сказках? Это и скатерть-самобранка, и шапка-невидимка, и ковер-самолет и т.д. Точнее можно заметить, что это эпический жанр устного и письменного творчества народа.

Существуют следующие виды сказок: сказки о животных, бытовые сказками, волшебные сказки.

Для сказки сформированы «две базовые модели литературного пространства: 1) реальное и фантастическое, существующие отдельно друг от друга и 2) наложение фантастического пространства на реальное» [2, с. 118].

«Эксплицитное выражение контраста предполагает наличие неких семантических противопоставлений в качестве маркеров. Имплицитное выражение принципа контраста в тексте предполагает выведение его из подтекста» [3, с. 109].

Для того чтобы во время рассмотрения специфики русских народных сказок систематизировать информацию, обратимся к результатам исследований Ю.М. Соколова, русского фольклориста и литературоведа.

Стоит отметить, что к важнейшим жанровым особенностям сказки можно отнести:

1. Кольцевую композицию (структуру): сказка начинается с зачина, к примеру – *«Жили-были»*, а заканчивается следующей концовкой: *«Вот и сказочке конец, а кто слушал молодец!»*. Каждый человек легко вспомнит несколько сказок, которые можно подставить в это строение.

2. Использование особых сказочных формул. Например, *«Долго ли, коротко ли. Мало ли, много ли времени прошло»*.

3. Особенности сказочного языка. Для создания этого языка используются такие приемы, как: антитеза, например, *«Скоро сказка сказывается, да не скоро дело делается»*, гиперболола, например, *«Которую лошадь по крестцу ударит, так и с ног упадет»*, рифмы, например, *«Что написано на роду, то быть суждено тому»*, синонимы, например, *«Не бросай товарищ, друг, не покинь»*, сравнения, *«сел Иван на волка, а волк за ним стрелой»*, ну и конечно, это постоянные эпитеты, как-то – *терем – высокий, земля – сырая, дворец – белокаменный*.

4. Героев сказок. Часто это положительные герои – Василиса-Прекрасная, Царевна-Лягушка, и враги положительных героев – Змей-Горыныч, Баба-Яга. С теми же именами они переходят из одной сказки в другую.

5. Характерное многократное, обычно троекратное повторение. Обычно, если сыновья (дочери), то их трое, или трижды окунуться, повернуться, кувырнуться и т.д. Например, в известной сказке сестрица трижды предупреждала брата Иванушку не пить воды из лужи.

По мимо вышеизложенного в сказках мы встречаем также:

1. Бессоюзие, при его использовании мы понимаем, о чем идет речь: *«Стали гости есть, пить, веселиться»*, однако это отсутствие союзов дает некую динамику и интенсивность.

2. Инверсию, например, *«Собрался народ честной, да зверь лесной»*.

3. Умолчание, пример: *«Пустил стрелу Иван-царевич – полетела его стрела прямо в топкое болото и подняла ее Лягушка-квакушка»*.

4. Метафоры, например, *«потерял голову»*, *«встает солнце»*, *«глаз-алмаз»*, *«черная тоска»*.

5. Лексические и синтаксические повторы, которые образуют параллельные синтаксические конструкции: *«В праву дороге идти – добра не видать, в леву дорогу идти – живому не бывать»*; *«Один раз закинули – вытянули морскую тину. Второй раз закинули – вытянули – морскую травину. Третий раз закинули – вытянули рыбу...»*.

6. Так называемые «парные слова и парные словосочетания, которые встречаются только в русских сказках» [4, с. 68], примеры, *калина-малина, грибы-ягоды, гуси-лебеди* и т.д.

Особый интерес представляют собой архаизмы, используемые в русских народных сказках. Архаизмы, в отличие от историзмов, которые уже вышли из нашей речи, в настоящее время продолжают находиться в нашем разговоре в виде современных синонимов. Например, «сейчас» и «сегодня» от архаичных «сей» и «сего». Также вызывает интерес изменение названий частей тела человека – очи, уста, перст, чело и т.д. эти названия мы слышали, однако, называем сейчас их современными аналогами. Так, в книге А.Н. Афанасьева «Народные русские сказки» за 1957 год, есть целый словарь архаизмов: «скакуха – лягушка, вышка – чердак, наволок – пол, тычка – гвоздь, шукать – искать...» [5, с. 508–512].

Эти слова можно разделить на виды.

Первый вид – это фонетические архаизмы, которые отличаются по звучанию. Например, молодой – молодой, брег – берег и другие.

Второй вид – это лексические архаизмы – устаревшие слова, которые заменены синонимами. Например, ланиты – щеки, вежды – веки, рамена – плечи.

Третий вид – это семантические архаизмы, которые на первый взгляд кажутся понятными, однако имеют расхождения с современным значением. Например, живот – жизнь, глагол – слово, человек – слуга.

Четвертый вид – словообразовательные архаизмы, в которых употребляется суффикс, не используемый в наше время. Например, музей – музей, вотще – вообще и т.д.

Благодаря языку сказок возможно проникновение в мир каждого народа, а изучение стереотипных языковых единиц, которые есть в сказках необходимы для постижения языковой картины мира народа. Сюжеты сказок можно назвать интернациональными, поскольку многие воспевают любовь к Родине, описывают борьбу Добра и Зла и другие.

Таким образом, в данной статье мы проанализировали жанровые особенности русской народной сказки, благодаря которым облегчается понимание текста и придается выразительность ему, а также рассмотрели примеры и виды архаизмов и определили их место и значение в сказке.

Литература

1. Школа InternetUrok.ru [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://interneturok.ru> (дата обращения: 21.04.2019).
2. Зворыгина, О.И. Функционирование топонимов в русской литературной сказке / О.И. Зворыгина // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. – 2009. – № 2. – С. 115–118.
3. Цветкова, А.Н. Контраст как основа строя текста сказки / А.Н. Цветкова // Вестник Череповецкого государственного университета. – 2011. – № 4. – С. 108–109.
4. Цун, Я. Лингвистические особенности русских и китайских народных сказок в национально-культурном аспекте / Я. Цун // Вестник Пермского университета. – 2012. – Вып. 1 (17). – С. 67–70.
5. Афанасьев, А.Н. Народные русские сказки / А.Н. Афанасьев. – Москва: Издательство художественной литературы, 1957. – 515 с.

СОДЕРЖАНИЕ

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЛИНГВИСТИКИ И МЕТОДИКИ ПРЕПОДАВАНИЯ ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ

АУТЕНТИЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ НА АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ ДЛЯ СТУДЕНТОВ «ТОМСКОГО ТЕХНИКУМА ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ» ENGLISH AUTHENTIC MATERIALS FOR “TOMSK INFORMATION TECHNOLOGY TECHNICAL SCHOOL” STUDENTS <i>Анжина А.Н.</i>	3
К ВОПРОСУ О ПРОБЛЕМАХ И ОСОБЕННОСТЯХ ОБУЧЕНИЯ ГОВОРЕНИЮ НА УРОКАХ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА В СОВРЕМЕННОЙ РОССИЙСКОЙ ШКОЛЕ PROBLEMS AND FEATURES OF TEACHING TO SPEAK IN ENGLISH CLASSES AT MODERN RUSSIAN SCHOOLS <i>Арсеньева Е.С.</i>	9
ЛЕКСИЧЕСКАЯ ИНТЕРФЕРЕНЦИЯ В АНГЛИЙСКОЙ РЕЧИ РУССКОЯЗЫЧНЫХ СТУДЕНТОВ LEXICAL INTERFERENCE IN THE SPEECH OF RUSSIAN STUDENTS WHEN SPEAKING ENGLISH <i>Артюхова И.Ю.</i>	13
БРИТАНСКИЕ СУЕВЕРИЯ BRITISH SUPERSTITIONS <i>Галевская Д.К., Никонищенко А.К., Петрова Е.Б.</i>	19
ИНТЕГРИРОВАННЫЙ УРОК КАК СРЕДСТВО МОТИВАЦИИ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА ПО ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ INTEGRATED LESSON AS A MEANS OF MOTIVATION OF THE EDUCATIONAL PROCESS IN A FOREIGN LANGUAGE <i>Джакишева К.А.</i>	23
ПРИМЕНЕНИЕ ЛЕКСИЧЕСКИХ ТРАНСФОРМАЦИЙ ПРИ ПЕРЕВОДЕ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ТЕКСТОВ С АНГЛИЙСКОГО НА РУССКИЙ THE USE OF LEXICAL TRANSFORMATIONS IN ECONOMICAL TEXTS TRANSLATION FROM ENGLISH INTO RUSSIAN <i>Диваков Д.В.</i>	27
СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ СПОСОБОВ СЛОВООБРАЗОВАНИЯ В РУССКОМ И АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКАХ COMPARATIVE ANALYSIS OF WORD FORMATION WAYS IN THE RUSSIAN AND ENGLISH LANGUAGES <i>Казаченко Е.В.</i>	31
КУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЙ МАТЕРИАЛ НА УРОКАХ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА И ТРУДНОСТИ ЕГО РЕАЛИЗАЦИИ CULTUROLOGICAL MATERIAL IN ENGLISH LANGUAGE LESSONS AND DIFFICULTIES OF ITS IMPLEMENTATION <i>Колотовкин Р.В.</i>	35

<p>ФОРМИРОВАНИЕ НАВЫКОВ ПИСЬМЕННОЙ РЕЧИ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ПОДКАСТОВ THE SKILL FORMATION OF WRITTEN SPEECH WITH THE USE OF PODCASTS</p> <p><i>Копкина Л.Н.</i></p>	39
<p>СРЕДСТВА РЕЧЕВОГО МАНИПУЛИРОВАНИЯ В АНГЛИЙСКИХ РЕКЛАМНЫХ ТЕКСТАХ MEANS OF LINGUISTIC MANIPULATION IN ENGLISH ADVERTISING TEXTS</p> <p><i>Кравец А.</i></p>	43
<p>СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ НАВЫКОВ ЧТЕНИЯ С ПОЛНЫМ ПОНИМАНИЕМ ПРОЧИТАННОГО НА ОСНОВЕ ТЕКСТОВ ХУДОЖЕСТВЕННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ НА АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ THE IMPROVEMENT OF INTENSIVE READING SKILLS ON THE BASIS OF ENGLISH LITERATURE TEXTS</p> <p><i>Кравцова С.С.</i></p>	49
<p>ВОЗМОЖНОСТИ ПЕРЕВОДА ИГРЫ СЛОВ (НА МАТЕРИАЛЕ МУЛЬТИПЛИКАЦИОННОГО СЕРИАЛА «СИМПСОНЫ») THE WAYS OF WORD PLAY TRANSLATION (AS EXEMPLIFIED IN ANIMATED TV SERIES “THE SIMPSONS”)</p> <p><i>Крамаренко А.С.</i></p>	54
<p>МОЛОДЕЖНЫЙ СЛЕНГ КАК СОЦИАЛЬНАЯ РАЗНОВИДНОСТЬ РЕЧИ YOUTH SLANG AS A SOCIAL KIND OF SPEECH</p> <p><i>Кувшинова Е.А.</i></p>	59
<p>СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ОБРАЗОВ ЖИВОТНЫХ В КИТАЙСКОЙ И РУССКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРАХ A COMPARATIVE ANALYSIS OF ANIMAL IMAGES IN CHINESE AND RUSSIAN LINGUOCULTURES</p> <p><i>Ли Юй</i></p>	65
<p>ГАЗЕТНО-ПУБЛИЦИСТИЧЕСКИЙ СТИЛЬ: КЛАССИФИКАЦИЯ ЖАНРОВ И ОСОБЕННОСТИ ЯЗЫКОВЫХ СРЕДСТВ NEWSPAPER AND PUBLICISTIC STYLE: CLASSIFICATION OF GENRES AND FEATURES OF LANGUAGE MEANS</p> <p><i>Лукина А.С.</i></p>	69
<p>ИСТОРИЯ ИЗУЧЕНИЯ ИДИОМА ВОСТОЧНЫХ ХАНТЫ THE HISTORY OF THE STUDY OF THE EASTERN KHANTY IDIOM</p> <p><i>Малькова Я.Ю.</i></p>	74
<p>ПРОБЛЕМА УЧЕТА ГЕНДЕРНОЙ АСИММЕТРИИ В МАТЕРИАЛАХ УЧЕБНЫХ ПОСОБИЙ ПО ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ THE PROBLEM OF GENDER ASYMMETRY ACCOUNTING IN FOREIGN LANGUAGE EDUCATIONAL MATERIALS</p> <p><i>Меркулова Н.В.</i></p>	78
<p>АНГЛИЙСКАЯ ЛИНГВОСТРАНОВЕДЧЕСКАЯ ЛЕКСИКА В УМК СРЕДНЕЙ ШКОЛЫ ENGLISH LINGUISTIC VOCABULARY IN TEACHING MATERIALS OF SECONDARY SCHOOL</p> <p><i>Мурзаева М.</i></p>	84

<p>ПЕРЕВОД ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ <i>IN FULL SWING</i> И <i>HANDS DOWN</i> НА РУССКИЙ ЯЗЫК: ПО ДАННЫМ ПАРАЛЛЕЛЬНОГО ПОДКОРПУСА НКРЯ TRANSLATION OF <i>IN FULL SWING</i> AND <i>HANDS DOWN</i> PHRASEOLOGICAL UNITS INTO RUSSIAN: ACCORDING TO THE PARALLEL SUB-CORPUS OF NCRL</p>	89
<p><i>Науменкова В.С.</i></p>	
<p>СОВРЕМЕННЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ПИСЬМЕННЫХ ПЕРЕВОДОВ TRANSLATION QUALITY ASSESSMENT: MODERN TOOLS</p>	93
<p><i>Ненахова А.А.</i></p>	
<p>ХАРАКТЕРИСТИКА ЭЛЕМЕНТОВ УЧЕБНОГО ПРОЕКТА, ОСНОВАННОГО НА ИКТ, СПОСОБСТВУЮЩЕГО ВЫСОКОМУ КАЧЕСТВУ ОБУЧЕНИЯ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ В ВЫСШЕМ УЧЕБНОМ ЗАВЕДЕНИИ CHARACTERISTICS OF THE EDUCATIONAL PROJECT ELEMENTS BASED ON ICT CONTRIBUTING TO HIGH QUALITY OF FOREIGN LANGUAGE TEACHING IN HIGHER EDUCATION</p>	98
<p><i>Омарова С.К.</i></p>	
<p>ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ПОНЯТИЙ «ПОЛИЛИНГВИЗМ» И «ТРИГЛОССИЯ» В НАУЧНОЙ ЛИТЕРАТУРЕ THE FEATURES OF NOTIONS FUNCTIONING “POLILINGGISM” AND “TRIGLOSSIA” IN THE SCIENTIFIC LITERATURE</p>	102
<p><i>Плескач Ю.И.</i></p>	
<p>ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ГОВОРЯЩИХ ИМЕН (НА МАТЕРИАЛЕ РОМАНА У. ЛЕ ГУИНА «ВОЛШЕБНИК ЗЕМНОМОРЬЯ») TRANSLATION FEATURES OF THE SPEAKING NAMES (BASED ON “THE WIZARD OF EARTHSEA” BY W. LE GUINE)</p>	106
<p><i>Попова А.Е.</i></p>	
<p>АНАЛИЗ КОНЦЕПЦИЙ И ГИПОТЕЗ О ПРОИСХОЖДЕНИИ ЯЗЫКА THE ANALYSIS OF THE CONCEPTS AND HYPOTHESES OF THE ORIGIN OF LANGUAGE</p>	112
<p><i>Рубцова Д.А.</i></p>	
<p>ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ЛЕКСЕМ С КОМПОНЕНТОМ «ДРУЖБА» (НА МАТЕРИАЛЕ РУССКОГО И ЯПОНСКОГО ЯЗЫКОВ) LINGUISTIC AND CULTURAL ANALYSIS OF THE LEXEMES WITH THE COMPONENT “FRIENDSHIP” (ON THE MATERIAL OF THE RUSSIAN AND JAPANESE LANGUAGES)</p>	117
<p><i>Савощенко К.А.</i></p>	
<p>ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ СМС-СООБЩЕНИЙ В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ LINGUISTIC FEATURES OF SMS-MESSAGES IN ENGLISH</p>	122
<p><i>Савчук А.К.</i></p>	
<p>ЛИНГВОКУЛЬТУРНАЯ АДАПТАЦИЯ ПРИ ПЕРЕВОДЕ КОМПЬЮТЕРНЫХ ИГР LINGUOCULTURAL ADAPTATION IN TRANSLATION OF VIDEO GAMES</p>	126
<p><i>Семенюк В.В.</i></p>	

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ЯЗЫКОВЫХ СРЕДСТВ ВЫРАЗИТЕЛЬНОСТИ В ТЕКСТАХ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ TRANSLATION PECULIARITIES OF STYLISTIC DEVICES OF PUBLIC ADVERTISING	
<i>Сергиенко В.А.</i>	132
РЕАЛИИ В БРИТАНСКОМ МЕДИАТЕКСТЕ И СПОСОБЫ ИХ ПЕРЕВОДА НА РУССКИЙ ЯЗЫК REALIA IN BRITISH MEDIA TEXT AND METHODS OF TRANSLATING THEM INTO RUSSIAN	
<i>Склизкова К.Д.</i>	137
ЦВЕТОВАЯ СИМВОЛИКА БЕЛОГО ЦВЕТА В РУССКОЙ И КИТАЙСКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРАХ THE SYMBOLISM OF THE WHITE COLOR IN RUSSIAN AND CHINESE LINGUOCULTURES	
<i>Сюй Чжэньэнь</i>	143
ЯЗЫК ГАЗЕТЫ КАК СРЕДСТВО ВОЗДЕЙСТВИЯ НА ЧИТАТЕЛЯ THE LANGUAGE OF NEWSPAPER AS A MEANS OF INFLUENCING THE READER	
<i>Таджибаева Н.С.</i>	147
КЛАССИФИКАЦИЯ ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ И ОСОБЕННОСТИ ИХ ПЕРЕВОДА THE CLASSIFICATION OF ENGLISH PHRASEOLOGICAL UNITS AND SPECIFIC FEATURES OF THEIR TRANSLATION	
<i>Таенкова А.Н.</i>	151
РАЗВИТИЕ МНЕМОНИЧЕСКИХ СПОСОБНОСТЕЙ В ПРОЦЕССЕ РАБОТЫ С ИНОЯЗЫЧНЫМ ЛЕКСИЧЕСКИМ МАТЕРИАЛОМ DEVELOPING MNEMONIC SKILLS WHEN TEACHING VOCABULARY	
<i>Трошина Ю.А.</i>	156
ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА СОЗДАНИЯ ОБРАЗА РОССИИ В ЗАГОЛОВКАХ СОВРЕМЕННОЙ АНГЛОЯЗЫЧНОЙ ПРЕССЫ THE LANGUAGE MEANS OF THE CREATING OF THE IMAGE OF RUSSIA IN THE HEADLINES OF THE MODERN ENGLISH PRESS	
<i>Эбингардт Ю.Т.</i>	160
ЯЗЫКОВАЯ СПЕЦИФИКА РУССКИХ НАРОДНЫХ СКАЗОК LANGUAGE SPECIFICITY OF RUSSIAN FOLK TALES	
<i>Эфтимович М.В.</i>	164

Научное издание

**ВСЕРОССИЙСКИЙ ФЕСТИВАЛЬ НАУКИ НАУКА 0+
XXIII МЕЖДУНАРОДНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ
СТУДЕНТОВ, АСПИРАНТОВ И МОЛОДЫХ УЧЕНЫХ
«НАУКА И ОБРАЗОВАНИЕ»**

22–26 апреля 2019 г.

**Том II
Филология**

**Часть 3
Актуальные проблемы лингвистики
и методики преподавания иностранных языков**

Материалы публикуются в авторской редакции

Ответственный за выпуск: Л.В. Домбраускайте
Технический редактор: Н.Н. Сафронова

Бумага: офсетная
Печать: трафаретная
Усл. печ. л.: 10,2
Уч. изд. л.: 10,3

Сдано в печать: 10.02.2020 г.
Формат: 64×80/16
Заказ: 1125/Н
Тираж: 100 экз.

Издательство Томского государственного педагогического университета
634061, г. Томск, ул. Киевская, 60
Отпечатано в типографии Издательства ТГПУ
г. Томск, ул. Герцена, 49. Тел. (3822) 31-14-84.
e-mail: tipograf@tspu.edu.ru