

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ

**ГОУ ВПО «ДОНБАССКАЯ НАЦИОНАЛЬНАЯ АКАДЕМИЯ СТРОИТЕЛЬСТВА И
АРХИТЕКТУРЫ»**



СБОРНИК НАУЧНЫХ ТРУДОВ

**IV Республиканской
очно-заочной научной конференции**

«ЯЗЫК И КУЛЬТУРА»

14 ноября 2018 г.

г. Макеевка

Язык и культура : сб. науч. трудов IV Республиканской очно-заочной научной конференции (14 ноября 2018 г.). – Макеевка, 2018. – 218 с. : [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://donnasa.org>.

Сборник содержит 73 научные работы участников IV Республиканской очно-заочной научной конференции «Язык и культура» (Макеевка, 14 ноября 2018 г.).

УДК 80(06)+81(06)
ББК 81.2

Печатается по решению ученого совета ГОУ ВПО «Донбасская национальная академия строительства и архитектуры». Протокол № 3 от 26.11.2018 г.

Научные статьи представлены по таким тематическим направлениям: «Теоретико-методологические и прикладные проблемы филологии»; «Ономастика»; «Язык как отражение духовных и этнокультурных ценностей»; «Межкультурная коммуникация: проблемы и перспективы»; «Язык и средства массовой информации», «Философско-историческое осмысление и психологическое исследование языкового пространства», «Теория и методика профессионального образования».

Издание заинтересует преподавателей, аспирантов, магистрантов, студентов, занимающихся проблемами современной лингвистики, культурологии, философии и педагогики.

Редакционная коллегия:

- | | |
|-------------------|---|
| Зайченко Н. М. | – ректор, д. т. н., профессор (ГОУ ВПО «ДонНАСА»); |
| Нездойминов В. И. | – проректор по учебной работе, д. т. н., профессор (ГОУ ВПО «ДонНАСА»); |
| Мушанов В. Ф. | – зам. председателя оргкомитета, проректор по научной работе, д. т. н., профессор (ГОУ ВПО «ДонНАСА»); |
| Назим Я. В. | – проректор по научно-педагогической работе и международным связям, к. т. н., доцент (ГОУ ВПО «ДонНАСА»); |
| Левченко В. Н. | – проректор по научно-педагогической и воспитательной работе, к. т. н., профессор (ГОУ ВПО «ДонНАСА»); |
| Назар Р. Н. | – зав. кафедрой прикладной лингвистики и межкультурной коммуникации, к. филол. н., доцент (ГОУ ВПО «ДонНАСА»); |
| Новикова Ю. Н. | – к. филол. н., доцент, доцент кафедры прикладной лингвистики и межкультурной коммуникации (ГОУ ВПО «ДонНАСА»); |
| Тимошко Г. В. | – зав. кафедрой истории и философии, к. психол. н., доцент (ГОУ ВПО «ДонНАСА»); |
| Миклашевич Н. В. | – зав. кафедрой иностранных языков, к. пед. н., доцент (ГОУ ВПО «ДонНАСА»). |

Рецензенты:

- Чернышев Д. А. – д. пед. н., профессор кафедры педагогики (ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»);
- Герасименко И. А. – д. филол. н., профессор кафедры общего языкознания и славянских языков (ОО ВПО «Горловский институт иностранных языков»);
- Балко М. В. – д. филол. н., доцент, доцент кафедры краеведения (ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы при Главе Донецкой Народной Республики»);
- Лыпынина Н. Н. – к. филол. н., доцент, профессор кафедры русского языка и межкультурной коммуникации (ФГБОУ ВО «Воронежский государственный технический университет»);
- Ферсман Н. Г. – к. пед. н., доцент, доцент кафедры психологии и прикладной лингвистики (ФГАОУ ВО «Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого»);
- Землинская Т. Е. – к. пед. н., доцент, доцент кафедры психологии и прикладной лингвистики (ФГАОУ ВО «Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого»);
- Недбайлик С. Р. – к. пед. н., доцент, доцент кафедры иностранных языков гуманитарных направлений (ФГБОУ ВПО «Петрозаводский государственный университет»);
- Шкуран О. В. – к. филол. н., доцент, доцент кафедры украинского языка и общего языкознания (ГОУ ВПО «Луганский государственный университет им. Тараса Шевченко»);
- Назар Р. Н. – зав. кафедрой прикладной лингвистики и межкультурной коммуникации, к. филол. н., доцент (ГОУ ВПО «ДонНАСА»);
- Новикова Ю. Н. – к. филол. н., доцент, доцент кафедры прикладной лингвистики и межкультурной коммуникации (ГОУ ВПО «ДонНАСА»);
- Тимошко Г. В. – зав. кафедрой истории и философии, к. психол. н., доцент (ГОУ ВПО «ДонНАСА»);
- Миклашевич Н. В. – зав. кафедрой иностранных языков, к. пед. н., доцент (ГОУ ВПО «ДонНАСА»);
- Сельский В. П. – зам. директора по УВР, учитель высшей категории, старший учитель (МОУ «Средняя школа №7 города Макеевки»).

СОДЕРЖАНИЕ

СЕКЦИЯ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ И ПРИКЛАДНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ФИЛОЛОГИИ	9
1. <i>Галак С. Р., Некрутенко Е. Б.</i> ОСНОВНЫЕ ПЕРЕВОДЧЕСКИЕ СТРАТЕГИИ ПРИ ПЕРЕДАЧЕ РЕАЛИЙ.	9
2. <i>Колесникова И. А., Гапонова Т. Н.</i> ПРОИЗНОШЕНИЕ И УДАРЕНИЕ В РУССКОМ ЯЗЫКЕ.	12
3. <i>Слюсаренко А. В., Красицкая Н. С.</i> ИНОЯЗЫЧНЫЕ СЛОВА В РУССКОМ ЯЗЫКЕ.	15
4. <i>Латур В. А., Богачева В. Э.</i> СПЕЦИФИКА РАЗМЕРА, РИФМЫ, РИТМИЧЕСКИХ СРЕДСТВ ВЫРАЖЕНИЯ И СПОСОБЫ ИХ ПЕРЕДАЧИ ПРИ ПЕРЕВОДЕ АНГЛИЙСКОГО ПОЭТИЧЕСКОГО ТЕКСТА НА РУССКИЙ ЯЗЫК.	18
5. <i>Овчаренко А. И., Кайдаш Н. Н.</i> МОТИВ ПЕНЕТРАЦИИ В РОМАНЕ А. МОЛЧАНОВА «ГАЗЕТЧИК».	21
6. <i>Олейникова Е. П., Кисель В. С.</i> ПРИЁМЫ СОСТАВЛЕНИЯ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ РЕКЛАМНЫХ СЛОГАНОВ И ОСОБЕННОСТИ ИХ ПЕРЕВОДА.	23
7. <i>Павлов М. В., Юрьева Е. В.</i> НЕВЕРБАЛЬНЫЕ СРЕДСТВА ОБЩЕНИЯ.	26
8. <i>Пивень А. В., Герасименко И. А.</i> К ПРОБЛЕМЕ ЖАНРОВОГО СВОЕОБРАЗИЯ ЭПИСТОЛЯРНЫХ ТЕКСТОВ.	29
9. <i>Проценко Ю. В., Некрутенко Е. Б.</i> ХУДОЖЕСТВЕННЫЙ ТЕКСТ: ПЕРЕВОДЧЕСКИЙ АСПЕКТ.	31
10. <i>Токарь А. А., Салехова С. В.</i> К ВОПРОСУ РЕКОНСТРУКЦИИ ЛИТЕРАТУРНОГО ЯЗЫКА В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ.	35
11. <i>Злобова В. А., Колесниченко Л. В.</i> МОЛОДЁЖНЫЙ ЖАРГОН И УСТНАЯ РЕЧЕВАЯ КУЛЬТУРА СТУДЕНЧЕСТВА.	37
12. <i>Аль-Ага Е. К., Тимошко Г. В.</i> О МОЛОДЁЖНОМ ЖАРГОНЕ В СТУДЕНЧЕСКОЙ СРЕДЕ.	40
13. <i>Журбинова А. А., Юрьева Е. В.</i> ЯЗЫКОВАЯ КУЛЬТУРА СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЁЖИ.	43
14. <i>Руденко М. В., Кисель В. С.</i> СОВРЕМЕННЫЙ АНГЛИЙСКИЙ СЛЕНГ И ЕГО ВЛИЯНИЕ НА РУССКИЙ ЯЗЫК.	46
СЕКЦИЯ 2. ОНОМАСТИКА	49
15. <i>Чичигин М. В., Новикова Ю. Н.</i> ПРОИСХОЖДЕНИЕ ТОПОНИМА БЕЛГОРОД.	49
16. <i>Соколов Д. Г., Новикова Ю. Н.</i> ПРОИСХОЖДЕНИЕ ГИДРОНИМА КАЛЬМИУС.	52

17.	<i>Савушкина М. А., Назар Р. Н.</i> МИКРОУРБАНОНИМЫ НА ПРИМЕРЕ ВНУТРИГОРОДСКИХ ОБЪЕКТОВ Г. ДОНЕЦКА.	56
18.	<i>Абзалова Я. А., Балко М. В.</i> ПОЭТИЧЕСКАЯ ОНОМАСТИКА М. А. БУЛГАКОВА (НА МАТЕРИАЛЕ АНТРОПОНОМИИ РОМАНА «МАСТЕР И МАРГАРИТА»).	59
19.	<i>Бондарь В. С., Балко М. В.</i> ТОПОНИМИКА И ЕЁ РОЛЬ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ.	62
20.	<i>Борушевская Т. С., Некрутенко Е. Б.</i> ВЛИЯНИЕ СКАНДИНАВСКИХ ЗАВОЕВАНИЙ НА ФОРМИРОВАНИЕ ТОПОНИМОВ СОВРЕМЕННОЙ ВЕЛИКОБРИТАНИИ.	65
21.	<i>Казакаускайте А. Ю., Ильина Н. А.</i> О ЧЁМ ГОВОРЯТ НАШИ ФАМИЛИИ.	68
22.	<i>Кашикарёва А. И., Прилуцкая М. И.</i> СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ УПОТРЕБЛЕНИЯ ТОПОНИМОВ В РАССКАЗЕ ЭРНЕСТА ХЕМИНГУЭЯ «СНЕГА КИЛИМАНДЖАРО».	74
23.	<i>Судникович Е. В., Колесниченко Л. В.</i> ЭРГОНИМЫ СОВРЕМЕННОГО ГОРОДА.	77
24.	<i>Насонова М. А., Смоленская А. М.</i> ПРОИСХОЖДЕНИЕ ФАМИЛИЙ.	80

СЕКЦИЯ 3. ЯЗЫК КАК ОТРАЖЕНИЕ ДУХОВНЫХ И ЭТНОКУЛЬТУРНЫХ ЦЕННОСТЕЙ 83

25.	<i>Кострюкова Т. Д., Чернышова Л. И.</i> НАЦИОНАЛЬНОЕ СВОЕОБРАЗИЕ КИТАЙСКОГО ФОЛЬКЛОРА.	83
26.	<i>Гополова А. Я., Новикова Ю. Н.</i> ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ С КОМПОНЕНТОМ «ХЛЕБ».	86
27.	<i>Мех Д. И., Парасюк К. В., Новикова Ю. Н.</i> ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧЕСКАЯ ИНТЕРПРЕТАЦИЯ ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ С КОМПОНЕНТОМ «СЛОВО».	89
28.	<i>Батуров Н. А., Мельник Д. А., Новикова Ю. Н.</i> ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧЕСКАЯ ИНТЕРПРЕТАЦИЯ ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ С КОМПОНЕНТОМ «СОБАКА».	92
29.	<i>Сидорова А. А., Атанова Г. Ю.</i> ОСОБЕННОСТИ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ С КОМПОНЕНТОМ «БЕЛЫЙ».	95
30.	<i>Габзовский Л. А., Некрутенко Е. Б.</i> ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ БИБЛЕЙСКОГО ПРОИСХОЖДЕНИЯ.	98
31.	<i>Бараннік Д. О., Шкуран О. В.</i> САКРАЛЬНА ФРАЗЕОЛОГІЯ У СХІДНОСЛОВ'ЯНСЬКОМУ МОВНОМУ ПРОСТОРІ.	101

32.	<i>Фоций К. П., Шкуран О. В.</i>	СЕМАНТИЧЕСКАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ ЯЗЫКОВОЙ ЕДИНИЦЫ С САКРАЛЬНОЙ СЕМАНТИКОЙ «БОЛЕЗНЬ»: ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЙ И ЛЕКСИКОГРАФИЧЕСКИЙ АСПЕКТ.	104
33.	<i>Протазюк Г. И., Шкуран О. В.</i>	КОМПАРАТИВНА ФРАЗЕОЛОГІЯ У ТВОРАХ УКРАЇНСЬКИХ ПИСЬМЕННИКІВ XXI СТОЛІТТЯ.	107
34.	<i>Ходаковский Я. С., Лазарева Л. К.</i>	О ФРАЗЕОЛОГИЗМАХ С ТРАДИЦИОННЫМИ НАИМЕНОВАНИЯМИ ЕДИНИЦ ИЗМЕРЕНИЯ В СОСТАВЕ.	110
35.	<i>Кузнецова Л. А., Светличная В. Ю.</i>	ФОРМИРОВАНИЕ ЭТНОКУЛЬТУРНЫХ ЦЕННОСТЕЙ У СТУДЕНТОВ ПОСРЕДСТВОМ РУССКОГО ЯЗЫКА.	113
36.	<i>Македон Е. А., Колесниченко Л. В.</i>	ОСНОВАТЕЛИ СЛАВЯНСКОЙ ПИСЬМЕННОСТИ ПОДВИЖНИКИ КИРИЛЛ И МЕФОДИЙ.	116
37.	<i>Сафарова Э. В., Ковалёва Н. А.</i>	ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ СИМВОЛОВ С ЖИЗНЬЮ.	119
38.	<i>Нездаймінова Л. Г., Мерецька Н. З.</i>	ФОРМУВАННЯ ЕТНОКУЛЬТУРНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ.	122
39.	<i>Данилова А. Е., Бойко В. А.</i>	ОСОБЕННОСТИ КОММУНИКАТИВНОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ ПОДРОСТКОВ.	125
40.	<i>Вовченко А. А., Ткачев В. И.</i>	ЛИНГВОКОГНИТИВНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ КОНЦЕПТА ЛЮБОВЬ В АНГЛИЙСКОЙ ЯЗЫКОВОЙ КАРТИНЕ МИРА.	128

СЕКЦИЯ 4. МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ 131

41.	<i>Камышеникова М. В., Ковалева Н. А.</i>	ИСКУССТВО БИСЕРОПЛЕТЕНИЯ.	131
42.	<i>Утешева А. А., Ковалева Н. А.</i>	ДЕКУПАЖ.	134
43.	<i>Киселёв Н. О., Болотина А. В.</i>	МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ.	137

СЕКЦИЯ 5. ЯЗЫК И СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ 139

44.	<i>Балашов А. А., Назар Р. Н.</i>	ЯЗЫК РЕКЛАМЫ КАК ПОДСТИЛЬ НА СТЫКЕ СТИЛЕЙ РУССКОГО ЯЗЫКА.	139
45.	<i>Панкратов А. А., Назар Р. Н.</i>	ИСПОЛЬЗОВАНИЕ АББРЕВИАЦИИ В РЕЧИ ИНЖЕНЕРА-СТРОИТЕЛЯ.	142
46.	<i>Фролов О. С., Назар Р. Н.</i>	ХАРАКТЕРИСТИКА РЕПОРТАЖА КАК ЖАНРА ПУБЛИЦИСТИКИ.	145

47.	<i>Акулова Е. В., Назар Р. Н.</i>	АББРЕВИАТУРЫ В РЕЧИ	148
СОВРЕМЕННОГО ЧЕЛОВЕКА.			
48.	<i>Петрук К. В., Балко М. В.</i>	ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОГО	151
РУССКОГО ЯЗЫКА В ОТРАЖЕНИИ ИНТЕРНЕТ-СМК.			
49.	<i>Пинчук В. В., Балко М. В.</i>	ВОЗДЕЙСТВИЕ СМИ НА	154
ЧЕЛОВЕКА С ПОМОЩЬЮ ЯЗЫКОВЫХ СРЕДСТВ.			
50.	<i>Копачев Р. Н., Ковалева Н. А.</i>	КУЛЬТУРА РЕЧИ В СМИ.	157
51.	<i>Ивахненко А. А., Садовская Н. Н.</i>	ВЛИЯНИЕ СМИ НА	159
РЕЧЕВУЮ КУЛЬТУРУ ОБЩЕСТВА.			
52.	<i>Каширов В. С., Салехова С. В.</i>	НАМЕРЕННОЕ	162
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ОШИБОК В ИНТЕРНЕТ-КУЛЬТУРЕ.			
53.	<i>Кусков Н. О., Матулевская Н. П.</i>	ЯЗЫК СМИ: ФУНКЦИЯ	165
ВОЗДЕЙСТВИЯ.			
54.	<i>Лазарева В. И., Юрьева Е. В.</i>	ЯЗЫКОВЫЕ ОСОБЕННОСТИ	168
КОММЕРЧЕСКОЙ РЕКЛАМЫ.			
55.	<i>Лунёва Д. Д., Романенко В. В.</i>	ПРОЦЕССЫ	171
ГРАФОДЕРИВАЦИИ В РЕКЛАМНЫХ ТЕКСТАХ И ТЕКСТАХ СМИ.			
56.	<i>Моргун В. В., Светличная В. Ю.</i>	ЖАНР ПУТЕВОГО ОЧЕРКА	174
В СОВРЕМЕННЫХ СМИ.			
57.	<i>Мясищев А. С., Бойко В. А.</i>	ОСОБЕННОСТИ	177
КОММУНИКАЦИИ В ВИРТУАЛЬНОМ ПРОСТРАНСТВЕ.			
58.	<i>Назаренко А. С., Светличная В. Ю.</i>	ЯЗЫК И СРЕДСТВА	180
МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ.			
59.	<i>Куприянова Ю. С., Болотина А. В.</i>	ИСПОЛЬЗОВАНИЕ	183
ЯЗЫКА В СРЕДСТВАХ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ.			
60.	<i>Кордюкова А. С., Смоленская А. М.</i>	КЛАССИФИКАЦИЯ	186
ОШИБОК В СМИ.			
61.	<i>Ушаков Н. А., Акиншина И. В.</i>	ЯЗЫК И СРЕДСТВА	190
МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ.			
СЕКЦИЯ 6. ФИЛОСОФСКО-ИСТОРИЧЕСКОЕ ОСМЫСЛЕНИЕ И			193
ПСИХОЛОГИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ ЯЗЫКОВОГО			
ПРОСТРАНСТВА			
62.	<i>Кутинова Ю. А., Грищенко Н. А.</i>	ПСИХОЛОГО-	193
ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ВОСПИТАНИЯ ГУМАНИЗМА			
У ДЕТЕЙ ДОШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА.			
63.	<i>Чепига А. А., Чепига И. А.</i>	РУССКИЙ РЭП – ДЕТОНАТОР	197
РЕВОЛЮЦИИ.			

СЕКЦИЯ 7. ТЕОРИЯ И МЕТОДИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ 200

- | | |
|--|------------|
| 64. <i>Лысенко Д. Ю., Балко М. В.</i> НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПОДГОТОВКИ БУДУЩИХ СПЕЦИАЛИСТОВ. | 200 |
| 65. <i>Романык Ю. Н., Грищенко Н. А.</i> ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ КОММУНИКАТИВНЫХ УМЕНИЙ У ДЕТЕЙ ДОШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА. | 203 |
| 66. <i>Титова Д. Л., Грищенко Н. А.</i> ДРУЖЕСКИЕ ОТНОШЕНИЯ КАК ФАКТОР ЛИЧНОСТНОГО РАЗВИТИЯ ДОШКОЛЬНИКОВ. | 206 |
| 67. <i>Рыбалко Л. М., Грищенко Н. А.</i> ВОСПИТАНИЕ ВЗАИМОПОМОЩИ У ДОШКОЛЬНИКОВ В УСЛОВИЯХ ДОШКОЛЬНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ. | 209 |
| 68. <i>Шкабко О. В., Грищенко Н. А.</i> ТЕХНОЛОГИИ ФОРМИРОВАНИЯ ОСНОВ КУЛЬТУРЫ ОБЩЕНИЯ У ДЕТЕЙ ДОШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА. | 212 |
| 69. <i>Якимчук Д. В., Лисаченко Е. В.</i> «НОВЫЕ ТЕКСТЫ» И ИХ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ НА УРОКАХ ЛИТЕРАТУРЫ. | 215 |

СЕКЦИЯ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ И ПРИКЛАДНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ФИЛОЛОГИИ

Руководитель секции: канд. филол. н., доцент Ковалёва Н. А.

УДК 81'25-021.121

ОСНОВНЫЕ ПЕРЕВОДЧЕСКИЕ СТРАТЕГИИ ПРИ ПЕРЕДАЧЕ РЕАЛИЙ

*Галак София Романовна,
студентка IV курса филологического факультета;
Некрутенко Елена Борисовна,
кандидат педагогических наук,
доцент кафедры теории и практики перевода
ГОО ВПО ЛНР «Луганский национальный университет
имени Тараса Шевченко»*

Языковая картина мира неповторима и уникальна для каждого народа. Безэквивалентной лексикой принято называть те понятия, которые присущие какой-либо этнической общности. Статья посвящена специфике передачи реалий на примере художественного текста. В данной статье приводится анализ наиболее частых приёмов и способов перевода реалий с английского языка на русский [1, с. 13].

Реалия (от латинского «realis» – действительный, вещественный) – лексема, обозначающая предмет или явление особенностей материальной культуры определённого этноса, а также исторические процессы и факты, которые чаще всего не имеют лексических эквивалентов в других языках.

Перевод реалий является довольно важной и сложной задачей, поскольку переводчику необходимо передать культурные особенности и национальный колорит исходного языка. Ещё в начале развития теории перевода как науки, лингвисты столкнулись с этой задачей. Термин "реалия" в современном понимании был впервые употреблен Л.Н. Соболевым в 1952 году [3, с. 22].

Существует огромное множество способов передачи реалий. Среди них: транскрипция и транслитерация, введение неологизма, калька, полукалька, освоение, описательный перевод, гипонимический перевод, контекстуальный перевод и другие [2, с. 57].

Далее рассмотрим передачу национальных языковых реалий на примере романа Дж. Сэлинджера «Над пропастью во ржи» в переводе Р. Райт-Ковалёвой

и обратим внимание на способы передачи их специфики при художественном переводе.

«*Pencey Prep is this school that's in Agerstown, Pennsylvania*» [5, с. 2] – «Пэнси - это закрытая средняя школа в Эгерстауне, штат Пенсильвания» [4, с. 2].

Переводчику не нужно искать значение названия «Пэнси», так как смысл реалии объясняет сам автор романа. Также из контекста читатель может понять, что Эгерстаун – это город. Названия штатов Америки уже по сложившейся переводческой традиции чаще всего переводятся при помощи транскрипции/транслитерации с добавлением уточняющего слова «штат» (в данном случае «штат Пенсильвания»).

«*They had this night club, the Lavender Room, in the hotel*» [5, с. 65] – «Ночной клуб был при гостинице, который назывался «Сиреневый зал» [4, с. 66].

Реалия «Lavander Room» была переведена с помощью калькирования без дополнительного пояснения, так как смысл реалии объяснён в оригинале.

И ещё несколько примеров:

«... *he and Mrs. Spencer'd bought off some Indian in Yellowstone Park*» [5, с. 31] – «...они с миссис Спенсер купили это у какого-то индейца в Йеллоустонском парке» [4, с. 34].

«...*Bobby and I were going over to Lake Sedebege*...» [5, с. 49] – «...я и Бобби решили съездить к озеру Седебего...» [4, с. 52].

Перевод выполнен с помощью транскрипции и калькирования.

Частое применение транскрипции / транслитерации и калькирования даёт возможность достичь максимальной эквивалентности при переводе, не делая текст слишком объемным.

Теперь рассмотрим несколько примеров гипонимического перевода реалий. Этот вид перевода подразумевает замену видового понятия на родовое при переводе реалий и употребляется, в основном, при передаче незнакомых читателю реалий. Гипонимический перевод можно использовать, если это не приведёт к заметному изменению смысла слов.

Примеры:

«*old beat_up Navajo blanket*» [5, с. 142] – «индейское потрепанное одеяло» [4, с. 147].

Специфичное название племени переводчик заменяет родовым понятием «индейский».

«...*at the West Side Tennis Club, in Forest Hills, Long Island*...» [5, с. 64] – «...на Лонг-Айленде, в форестхиллском теннисном клубе...» [4, с. 68].

Автор перевода указывает только местоположение клуба, так как его название представляется несущественным.

Следующие примеры реалий были переведены с помощью описательного перевода:

«...and for dessert you got Brown Betty, which nobody ate...» [5, с. 97] – «...а на сладкое у тебя «рыжая Бетти», пудинг с патокой, только его никто ещё не ел...» [4, с. 104].

«She sings it very Dixieland...» [5, с. 65] – «Пела она её по-южному...» (Dixieland - общее название Южных штатов США) [5, с. 65].

Таким образом, реалии являются неотъемлемой частью любого художественного текста. Способ их передачи зависит от многих факторов. Задачей переводчика является выбрать наиболее подходящий способ и отразить национальную специфику культуры и языка.

Литература

1. Влахов С., Флорин С. Непереводимое в переводе / Под ред. М. А. Романовой / С. Влахов, С. Флорин. – М. : Международные отношения, 2007. – 343 с.
2. Комиссаров В. Н. Общая теория перевода / В. Н. Комиссаров. – М. : ЧеРо, 1999. – 133 с.
3. Комиссаров В. Н. Теория перевода / В. Н. Комиссаров. – М. : Высшая школа, 2005. – 253 с.
4. Сэлинджер, Дж. Д. Над пропастью во ржи: Роман. Рассказы / Пер. с англ. Р. Райт-Ковалёвой / Дж. Д. Сэлинджер. – М.: 2012. – 339 с.
5. J.D. Salinger. The Catcher in the Rye. – USA, 2008. – 277 p.

ПРОИЗНОШЕНИЕ И УДАРЕНИЕ В РУССКОМ ЯЗЫКЕ

*Колесникова Ирина Александровна,
студентка II курса экономического факультета;
Гапонова Татьяна Николаевна,
кандидат филологических наук,
доцент кафедры прикладной лингвистики и межкультурной
коммуникации
ГОУ ВПО «Донбасская национальная академия строительства и
архитектуры»*

В науке о языке раздел, посвященный произносительным нормам, т.е. правилам произношения, называется орфоэпией. Само слово орфоэпия происходит от греческого *orthos* «прямой» и *epos* «речь».

В отличие от орфографии, которая определяет правильное написание слов и связана с письмом, орфоэпия относится к устной, произносимой речи, устанавливает правила литературного произношения и ударения. Русская орфоэпия (т.е. совокупность произносительных правил, норм литературного языка) содержит общие для всех пользующихся литературным языком правила произношения и исключает какие бы то ни было индивидуальные, а также местные диалектные произносительные особенности речи [3].

Нормы произношения в своих важнейших чертах сложились еще в первой половине XVII века на основе московского говора. Но первоначально это были только московские нормы, которые лишь постепенно по мере развития и укрепления национального языка в XIX веке приобрели характер общерусских национальных форм [2]

В наше время некоторые из норм произношения устарели, иногда рядом со старыми нормами употребляются новые. Однако ранее выработавшаяся произносительная система во всех своих основных, решающих чертах сохранилась. Эта система совершенствуется на сцене, ей старается следовать радиовещание и телевидение, по ней учат подрастающее поколение в школе.

В современном русском литературном произношении есть целый ряд таких явлений, которые, оставаясь пока орфоэпической нормой, всё же постепенно начинают утрачивать своё господство. Параллельно с ними возникают, по законам исторического развития языка, новые нормы.

Дожди или *дожьѣжи*? В соответствии со старыми московскими нормами на месте орфографического сочетания –*ждь* произносится ш долгое, мягкое: *доишь*. При склонении и изменении форм слова перед гласными произносится двойное мягкое *ж*: *дожьѣжа, дожьѣжо, дожьѣжами, о дожьѣжах*.

В современной русской речи на произносительные нормы значительное влияние оказывает орфография: в соответствии с буквальным чтением слов происходит выравнивание их произношения. Так случилось и со словами *дождь*, *дожди*, *дождливый* и т.п., которые очень часто произносятся в соответствии с написанием. Со временем появилось произношение *дожди* вместо старомосковского *дожьжи*, *дождливый* вместо прежнего *дожьжливый*, *дождик* и *дождичек* вместо традиционных *дожьжик* и *дожьжичек*.

В обиходно-разговорной речи наших дней с нормами старомосковскими активно соперничают варианты произношения «по написанию». В известном стихотворении К.М. Симонова «Жди меня» рифмуются слова жди и дожди:

Жди меня, и я вернусь,
Только очень жди,
Жди, когда наводят грусть
Желтые дожди...

В речи людей старшего поколения, на сцене и в речи радиодикторов поддерживается традиционное старомосковское произношение слова *дождь* и его производных: *дожьжи*, *дожьжа*, *дожьжами*, *о дожьжах*.

Стратэгия или *стратегия*? Как правильно сказать: *стратэгия* или *стратегия*? Твердая или мягкая *т* произносится во втором слоге перед ударным *э*?

Известно, что в подавляющем количестве слов иноязычного происхождения, прочно вошедших в русский литературный язык, перед гласным на месте орфографического *е* произносятся мягкие согласные. Например: *категория*, *президент*, *брюнет*, *конкретный* и многие другие.

К таким словам относится и слово *стратегия*. Оно должно произноситься с мягким согласным *т* перед находящимся под ударением *э*. Следует говорить *стратегия*, а не *стратэгия*. То же самое относится ко всем однокоренным словам: *стратегически*, *стратегический*, *стратег* и т.п.

Произношение *стратэгия*, *стратэг* не может быть рекомендовано в литературной русской речи как претенциозно-книжное, на сугубо «иностранный» лад.

Афера или *афёра*? Правильным литературным считается произношение *афера*. Это слово иностранное, оно заимствовано из французского языка, где произносится со звуком, близким к нашему *э*. Произношение *афёра* неправильно: это подчеркивается и в орфоэпических словарях, где указано, что надо говорить *афера*, но не *афёра*.

Желчь или *жёлчь*? Нормативные словари русского литературного языка рекомендуют лишь одно произношение этого слова: *жёлчь* с переходом *э* в *о*

(на письме *ё*) во всех родственных словах: *жёлчный, жёлчность, жёлче-отделение* и т. п.

Между тем в устной речи образованных людей нередко можно услышать те же слова в ином произношении: *жэлчь, жэлчный, жэлчность* (без перехода *э* в *о*). Такое произношение характерно, в частности, для многих специалистов-медиков и является в их речи своеобразным профессионализмом.

За произношением *жёлчь* стоит не только авторитет нормативных словарей, но и многовековая традиция, базирующаяся на фонетическом законе русского языка (переход *э* в *о* под ударением), а также речь людей старшего поколения. Вместе с тем для современной русской речи следует признать наряду с этим традиционным произношением вариант *жэлчь* (с окраской разговорности или профессионализма).

Словарь-справочник «Нормы современного русского литературного языка» под редакцией К. С. Горбачевича [1], опираясь на литературную поэтическую речь наших дней, дает при слове *жёлчь* помету: «и допустимо *желчь*».

После всего сказанного нельзя не согласиться с нормативными рекомендациями, которые содержатся по этому поводу в словаре – справочнике «Нормы современного русского языка» под редакцией К.С. Горбачевича [1]. Словарь подтверждает новое ударение примерами из художественной литературы.

Литература

1. Горбачевич К.С. Нормы современного русского литературного языка / К.С. Горбачевич. – М.: Просвещение, 1989. – 208с.
2. Люстрова З. Н. и др. О культуре русской речи / З. Н. Люстрова, Л. И. Скворцов, В. Я. Дерягин. – М. : Знание, 1987. – 176 с.
3. Михневич А. Е. Рассказы о русском языке : Кн. для учителя / А. Е. Михневич. – Мн. : Нар. асвета, 1985. – 205 с.

ИНОЯЗЫЧНЫЕ СЛОВА В РУССКОМ ЯЗЫКЕ

*Слюсаренко Анастасия Владимировна,
студентка II курса института экономики и управления;
Красицкая Нина Степановна,
старший преподаватель кафедры лингводидактики
ГОУ ВПО «Донецкий университет экономики и торговли
имени Михаила Туган-Барановского»*

Источником пополнения лексики современного русского языка, в частности ее деловой речи, являются иноязычные слова. Одни из них давно уже усвоены или означают названия общеизвестных явлений и предметов, другие же возникли в результате новаторства какой-либо области науки и техники. Они также могут возникнуть как следствие моды.

Цель данной работы – рассмотреть этапы исторического развития языка и влияние иноязычных слов на русский язык и развитие культуры.

Д. Э. Розенталь заимствованными словами называет «слова,вливающиеся в русский язык из других языков, в результате экономических, политических и культурных связей русского народа с другими государствами. Внедрение иноязычных слов определяется необходимостью народа давать названия новым предметам и понятиям» [1].

Многие иностранные слова, заимствованные русским языком, появились еще в древности. Например, слова из тюркских языков проникали в русский язык с тех пор, как Киевская Русь соседствовала с тюркскими племенами. Примерно к VIII-XII векам относятся такие древнерусские заимствования из тюркских языков, как боярин, богатырь, жемчуг, телега, орда.

Церковнославянский язык на протяжении долгого времени представлял собой основу религиозного и культурного общения православных славян, но был весьма далёк от повседневности. Однако влияние его на русский язык было настолько велико, что церковнославянизмы стали неотъемлемой частью современного русского языка.

Заметный след оставили грецизмы, пришедшие в древнерусский язык через посредство старославянского. К грецизмам периода X-XVII веков относятся слова из области религии: ангел, епископ, икона; научные термины: философия, история, грамматика; бытовые термины: сахар, тетрадь, фонарь; наименования растений и животных: буйвол, фасоль. Более поздние заимствования относятся к области искусства и науки: хорей, комедия, стих.

В XVII веке появились переводы с латинского языка на церковнославянский. С тех пор начинается проникновение латинских слов. Многие из этих слов продолжают существовать в нашем языке и по сей день: библия, медицина, лилия.

С 30-х гг. XVIII в. начинается нормирование литературного языка и устранение хаоса первых десятилетий века. Эта работа затронула и проблему иностранных заимствований. Большой вклад в изучение и упорядочение иноязычных слов внес М. В. Ломоносов. Он считал, что русский язык утратил устойчивость и языковую норму вследствие «засорения» живого разговорного языка заимствованиями из самых разных языков.

Активные политические и общественные связи с Францией содействовали проникновению большого количества заимствований из французского языка в русский. Заимствования этого времени –наименования предметов быта, одежды, пищевых продуктов: бюро, гардероб, мармелад; слова из области искусства: актер, режиссер; термины из военной области: батальон; общественно-политические термины: департамент.

Итальянские и испанские заимствования связаны главным образом с областью искусства: пианино, мантилья, серенада; с бытовыми понятиями: валюта, вилла, вермишель.

В первой половине XIX в. окончательно завершился процесс формирования литературного русского языка. Этот процесс неразрывно связан с именем А. С. Пушкина. В отношении иностранного влияния он протестовал против распространенного в его эпоху воспроизведения иностранных оборотов, но считал вполне законным введение иностранных слов в русский язык для выражения таких предметов, для которых не было русских слов.

Распад Советского Союза, активизация деловых, научных, торговых, культурных связей и расцвет зарубежного туризма вызвали интенсификацию общения с носителями иностранных языков. Поэтому появилось большое количество терминов, относящихся к компьютерной технике: компьютер, дисплей, файл, принтер; экономические и финансовые термины: брокер, дилер; названия видов спорта: армрестлинг, кикбоксинг; в менее специализированных областях человеческой деятельности: имидж, презентация, номинация, видео [2, 296 с.].

Заимствования начинают занимать ведущие позиции в политической жизни страны: президент, парламент, спикер. В культурную сферу вторгаются бестселлеры, триллеры, шоумены. Живо меняется бытовая речь с появляющимися нерусскими названиями: сникерс, гамбургер, шоппинг.

Внедрение иноязычных слов в русский язык с течением времени своего рода традиция, она придаёт человеческой истории истинный толк, высокое значение и обеспечивает созидательную устойчивость различных сфер человеческой жизни.

В языке запечатлевается отношение к миру и идеология поведения. Язык в значительной мере определяет характер культуры как в широком, так и в узком смысле. Он не только достояние русской культуры, но и источник духовной сопричастности исторического развития для всего народа.

В нынешнее время возникает множество споров об изменениях языка, которые всегда являются отражением сдвигов в жизни общества, как с

положительной, так и с отрицательной стороны. К основным путям проникновения заимствованных слов в русский язык относятся:

- культурные, торговые, военные, политические, экономические связи с другими государствами;
- лингвистические причины, необходимость выразить при помощи заимствованного слова многозначные русские понятия, пополнить выразительные средства языка;
- тенденция к созданию международной терминологии, единых наименований понятий, явлений современной науки и технологий;
- у большинства народов мира процесс заимствования слов из других языков заменяется процессом очистки языка [3, 240 с.].

Иноязычные слова пополняли и обогащали русский язык на протяжении всего процесса его исторического развития. Одни заимствования были сделаны еще в древности, другие – сравнительно недавно. Так или иначе, заимствования – результат коммуникации, взаимодействия языков и культур.

Заимствование иноязычной лексики – естественный и закономерный процесс, сопровождающий контакты народов и их языков.

Таким образом, можно сделать вывод, что при заимствовании и употреблении в речи заимствованных слов важно делать это с учетом номинативных и выразительных возможностей родного языка и языкового вкуса, при этом всегда необходимо помнить о чистоте языка и сохранении русского национального самосознания.

Литература

1. Колесов В. В. Язык и ментальность / В. В. Колесов. – СПб. : Петербургское востоковедение, 2004. – 240 с.
2. Маринова Е. В. Иноязычная лексика современного русского языка: учеб. пособие / Е. В. Маринова. – М. : Флинта : Наука, 2012. – 296 с.
3. Розенталь Д. Э. Справочник по русскому языку. Практическая стилистика / Д. Э. Розенталь. – М. : Изд-во Оникс, 2001. – 384 с.

СПЕЦИФИКА РАЗМЕРА, РИФМЫ, РИТМИЧЕСКИХ СРЕДСТВ ВЫРАЖЕНИЯ И СПОСОБЫ ИХ ПЕРЕДАЧИ ПРИ ПЕРЕВОДЕ АНГЛИЙСКОГО ПОЭТИЧЕСКОГО ТЕКСТА НА РУССКИЙ ЯЗЫК

*Латур Виктория Андреевна,
магистрант I курса филологического факультета;
Богачева Виктория Эдуардовна,
старший преподаватель кафедры теории и практики перевода
ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный
университет имени Тараса Шевченко»*

По нашему мнению, анализ английской поэтики имеет большую актуальность. Огромное количество авторов, чья поэзия заслуженно трогает сердца проходит мимо русскоязычного читателя. Это вызвано огромной сложностью, с которой сталкиваются переводчики при работе с поэзией. Различия культур и способов выражения в английской и русской поэзии очевидны. В связи с этим, авторы полагают, что изучение проблематики и анализ способов поэтического перевода позволит более ответственно и творчески подходить к переводу английской поэзии.

Основной целью при переводе можно смело назвать создание текста с таким уровнем поэтичности, чтобы он мог представлять эстетическую ценность оригинала в иностранной для него культуре.

В основе английской поэтики лежит чередование единиц, качественно отличных по своему характеру, ударных и неударных слогов, что и создает определенный ритм. При этом регулярное чередование качественно различных единиц в фонетике английского языка невозможно.

Английский язык является в основном моносиллабическим, в нем гораздо больше односложных слов, чем в русском языке. Поэтому английская стихотворная строка вмещает больше слов, и, следовательно, мыслей, понятий, художественных образов, что и отражается на ее ритме.

Стихосложение на английском языке можно отнести к силлаботоническому, так как, помимо чередования ударных и неударных слогов, оно учитывает количество стоп в строке (их может быть от одной до восьми). Обычная длина строки в английском стихосложении состоит из четырех и пятистопных строк, где количество слогов в строке зависит от характера стоп. Таким образом, английский стих учитывает, как количество слогов (т.е. длину строки), так и характер чередования ритмических единиц – ударных и неударных слогов. Определение указывает на тип метра, а определяемое – на длину строки. В русском же стихосложении применяется обратный принцип: определение указывает на длину строки, а определяемое – на тип метра.

Говоря об английской поэзии стоит отметить, что довольно широкое распространение получила так называемая строфа Спенсера – девятистрочная

строфа, в которой первые восемь строк написаны пятистопным ямбом, а последняя девятая строка – шестистопным ямбом. Также популярной в английской поэзии является римская октава – она состоит из восьми строк, написанных пятистопным ямбом.

О. А. Алякринский в своих работах указывал на необходимость по возможности точно воссоздавать ритмическую структуру оригинала при переводе. Ритм в свою очередь является смыслообразующим элементом в поэзии. В основе теории поэтического ритма А. Белого положен графический метод, состоящий из 5 этапов:

1. составление метрической схемы стихотворения;
2. фиксация и выделение отступлений от канонического метра;
3. объединение данных акцентных отступлений в графические фигуры (путем соединения их в метрической схеме отрезка прямой);
4. определение «скорости» поэтического ритма данного стихотворения;
5. классификация и оценка индивидуального поэтического ритма по шкале «богатый-бедный» [1, с. 109].

Говоря о рифме стоит отметить, что именно с нее начинается конструкция содержания стиха. Именно она является характерной чертой поэзии. Поэтическая рифма – это особая единица текста, имеющая качества и признаки квазеединицы, то есть единицы и знака всех уровней, форм и пространства поэтического текста [2, с. 76]. Для английской поэзии гораздо чаще характерно использование холостых строк и чаще встречается рифма как факультативный повтор.

О. Н. Гринбаумом в эстетико-формальной концепции стихотворного текста ритм-форма-содержание рассматриваются как неотъемлемые составляющие поэтического текста. На основе метода ритмико-гармонической точности Гринбаума было выявлено взаимодействие ритмического движения поэтической мысли с закономерностями восприятия стиха как ритмовосприятия [3, с. 88].

В зависимости от вида информации, которую переводчик желает воспроизвести максимально точно, С. Ф. Гончаренко выделяет несколько методов подхода к переводу поэтического текста переводчиком: это поэтический, стихотворный и филологический перевод.

П. А. Вяземский выделяет независимый и подчиненный методы перевода.

Е. Г. Эткинд в своей работе «Поэзия и перевод» делает акцент на том, что метод перевода напрямую зависит от типа поэзии, с которым сталкивается переводчик.

Р. Блай В своем очерке «Восемь ступеней перевода» дает определение восьми принципам (ступеням) поэтического перевода, которые нужно пройти переводчику, указывая, однако, что они никогда не происходят в последовательности указанной автором, переплетаясь друг с другом.

Н. В. Шутемова в основу своей теории кладет принцип типологии текста. В качестве типологической доминанты поэтического текста автор выделяет поэтичность. Учитывая степень освоения поэтичности оригинала переводчиком

и ее передачи в тексте перевода, можно условно выделить следующие типы поэтического перевода: консонансный, консонансно-диссонансный и диссонансный тип.

Среди принципов, которых следует придерживаться при переводе поэзии можно выделить следующие:

- ориентированность на читателя;
- учет национально-специфических элементов;
- тождество оригинала и перевода.

К основным проблемам поэтического перевода относятся:

- структура текста, требующая употребления рифм и стихотворного размера;
- вменение исходного смысла в рамки выбранного стихотворного размера.
- сохранение национального своеобразия;
- сохранение духа и времени произведения;
- выбор между точностью и красотой перевода.

При переводе поэзии необходимо уделять внимание, как длительности, так и силе слога. Симметрия отдельных участков поэтического текста является примером максимально точной передачи образности в рамках переводимого поэтического текста. Но наиболее важным является сохранение переводчиком авторской интонации оригинала и духа произведения. Однако, любой перевод стоит начинать с глубокого анализа, целью которого является проникновение в лингвокультурную и духовную сферу поэтического текста.

Поэтический текст как объект лингвистического исследования представляет собой сложную комплексную структуру, анализ которой необходим для определения методики перевода конкретного стихотворения. Из всего вышесказанного авторы делают вывод, что современное переводоведение все больше приобретает черты интегрированности, где определяющим отличием поэтического текста является его качество.

Литература

1. Жирмунский В. М. Теория стиха / В. М. Жирмунский. – Л. : Советский писатель, 1975. – 664 с.
2. Казарин Ю. В. Поэтический текст как система: Монография / Ю. В. Казарин. – Екатеринбург : Издательство Уральского Университета, 1999. – 260 с.
3. Шумётова Н. В. К проблеме формы и содержания поэтическом переводе [Текст] / Н. В. Шутёмова // Вестник Пермского Университета. – 2010. – № 2(8). – С. 85–90.

МОТИВ ПЕНЕТРАЦИИ В РОМАНЕ А. МОЛЧАНОВА «ГАЗЕТЧИК»

*Овчаренко Анастасия Игоревна,
студентка I курса филологического факультета
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»;
Кайдаш Наталья Николаевна,
преподаватель
«Республиканский многопрофильный лицей-интернат
при ДонНУ МОН ДНР»*

*Ключевое, опорное слово // Отвечает за нужный мотив
А. Кушнер*

В «Длинный список» Национальной литературной премии «Большая книга» 2018 г. вошли произведения А. В. Молчанова «Газетчик» и «Коммунист». Одним из главных в первом из них, на наш взгляд, является мотив (агрессивной) пенетрации (от лат. penetrare – насквозь проходить, проникать [2]; т.е. протыкать / втыкать).

Данный мотив появляется на первой же странице в немотивированном действии сержанта ГАИ: *«Малышев лениво взмахнул и поймал толстого желтобрюхого овода. Откусил размусоленный конец травинки, **воткнул** в полосатое брюхо и отпустил на волю»* [1, цитаты по этому изданию]. Далее сержант остановил автомобиль, вступил в конфликт с водителем (Лупоглазым), схватил «монтажку и с размаху **всадил** ее в левое переднее колесо машины. Монтажка легко **воткнулась** в черную резину <... > После третьего или четвертого удара монтажка **пробила** капот <... > Малышев **выдернул** монтажку...». По принципу кольцевой композиции эти действия предопределяют то, что произойдет с самим сержантом: *«Малышев наклонил голову и увидел, как из его груди **вылезло** окровавленное острие монтажки»*.

При задержании «пьянчуги» Шаврина *«нож упал и **воткнулся** прямо в его босую ногу»*, *«Шаврин уже с разбега нырнул в окно. Стекло с грохотом разлетелось, и Шаврин **застрял**»* (т.е. он не «проткнул» преграду, а «воткнулся» в неё). Позднее Шаврин решает убить милиционера при помощи гвоздя (*«Если **воткнуть** в глаз – самое то»*), но подвернулся журналист (*«Он пытался **воткнуть** гвоздь мне в глаз»*). Проникновением в сознание является бессловесный диалог Лупоглазого и журналиста: *«Взгляд Лупоглазого **проникал** сквозь череп и впивался ему прямо в мозг. <...> Лупоглазый видел Андрея **насквозь**»*; более того, от пенетрации не спрятаться: *«Лупоглазый может прийти за ним в любой момент, и не будет ничего, что могло бы его*

остановить». О том, что такое воздействие Лупоглазый оказывал не только на одного журналиста, говорит тот факт, что начальник райотдела Соловьёв не объявляет преступника в розыск и шантажирует журналиста смертью его отца. Как проникновение описано воздействие ложной идеи на сознание школьного завуча («В ее жизнь только что **вошло** нечто чудесное, что наполнило ее величайшим смыслом») и т.д.

Благодаря столь эксплицированному мотиву пенетрации можно предполагать, чего же боится и что вспоминает школьница Нина Шарова: «Остановилась посреди моста, наклонилась, опершись о дощатые перила. Отпустить сейчас руки – секунду будет холодно, еще секунду больно. А потом все кончится <...> Она вспомнила, откуда это ощущение. Она думала, все давно прошло и забыто, но нет, не прошло и не забыто». С 12 лет Нина жила у тёти («мать-то у нее умерла, а отец неизвестно где»); в финале романа выясняется, что Лупоглазый – её вернувшийся отец («Ты очень выросла, дочка»). Лупоглазый предположительно изнасиловал дочь в детстве и теперь, когда ей уже 18 лет, похищает её с тем же мотивом (как художественным, так и преступным). Это ответ на вопрос Соловьёва «зачем ему Нина?». Согласно официальной версии следствия и газетной статье, Нина утонула в реке (при этом утонуть – это «воткнуться» в воду). Таким образом, мотив пенетрации в произведении в большинстве случаев связан с мотивами насилия и смерти, что является закономерным для криминального романа.

Литература

1. Молчанов А. Газетчик. – М. : Эксмо, 2018. – 224 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://loveread.me/view_global.php?id=71460 .
2. Пенетрация // Словарь иностранных слов, вошедших в состав русского языка / под. ред. А. Н. Чудинова. – СПб. : Издание В. Губинского, 1910 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : https://dic.academic.ru/dic.nsf/dic_fwords/26730/ПЕНЕТРАЦИЯ .

ПРИЕМЫ СОСТАВЛЕНИЯ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ РЕКЛАМНЫХ СЛОГАНОВ И ОСОБЕННОСТИ ИХ ПЕРЕВОДА

*Олейникова Екатерина Павловна,
студентка IV курса филологического факультета;
Кисель Виктория Сергеевна,
старший преподаватель кафедры теории и практики перевода
ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный
университет имени Тараса Шевченко»*

Ввиду развития человека, а с ним и языка, мы можем наблюдать как изменяется сама реклама с ее неотъемлемой частью – слоганом.

Сам этот термин родом из Шотландии и происходит от гаэльского языка. В привычном для нас значении этот термин впервые был употреблен только в конце XIX века. Одной из главных задач слогана является не только прорекламировать бренд, продукцию или фирму среди конкурентов, но и вызвать изменения в подсознании потенциального покупателя [3, с. 155]. Осуществление этих задач реализуется как за счет эмоционального окраса, так и при помощи лексической, фонетической и грамматической составляющей.

В лексическом плане слоган отличается краткостью (в среднем состоит из 4-6 слов), простотой и легкостью для произношения. Однако, выделяют две тенденции рекламирования товара: с помощью разговорной лексики, что способствует сближению покупателя с товаром: KFC – «Finger-lickin' good!» («Пальчики оближешь») или же наоборот, использование высокой лексики, при помощи которой рекламодавец надеется более удачно презентовать свою продукцию: Lexus – «The Pursuit Of Perfection» («Стремление к совершенству») [4, с. 5].

Немаловажной частью рекламного теста является эмоционально-экспрессивная лексика, которая формирует стилистическое своеобразие слогана, например, Polaroid – «The fun develops instantly» («Веселье проявляется мгновенно»), где слова «fun» и «instantly» добавляют качественно-эмоциональный оттенок продукту или слоган компании Vauxhall – «Put the fun back into driving» («Верните веселье в вождение»), где положительная оценка действия подразумевает привлечение покупателя к товару, в данном случае к марке машины.

Аллитерация для покупателей, в свою очередь, играет ассоциативную роль с реализуемым продуктом: Jaguar – «Don't dream it. Drive it» («Не нужно мечтать. Садись за руль»), Canon – «You can. Canon» («Ты можешь. Canon»).

Еще одним примером может послужить паронимическая аттракция, создающая ритмический рисунок. Благодаря ему передается экспрессивность слогану, которая направлена на его мгновенное восприятие и запоминание потребителем: Tic Tac – «Tic Tac. Surely the best tactic» («Tic Tac. Лучшая тактика»). Аттракция заключается в словах «Tic Tac» и «tactic» [2, с. 11-13].

Метафора в рекламах обычно придает товару более привлекательный вид: Yamaha – «Born to lead» («Рожден, чтобы быть лидером»). Вдобавок к этому, она применяется с целью привлечения внимания или удивить потенциального покупателя: Skittles – «Taste the rainbow» («Попробуй радугу на вкус»), Red Bull – «It Gives You Wiiiings» («Red Bull окрыляет») [4, с. 7].

Вышеприведенные приемы образования рифмованных рекламных текстов считаются самыми распространенными. Они оказывают большое влияние на продвижение товаров в массы. Разворачивая масштабную рекламную кампанию, необходима доступность понимания текста иностранцами. При переводе рекламных рифмованных текстов, переводчик должен сохранить все стилистические уловки рекламщиков. Перевод рекламных текстов может вызвать множество проблем: столкновение с реалиями, несовпадение грамматических норм, разная система образов (идиомы) и так далее.

При переводе игры слов в результате можно столкнуться с неожиданным каламбуром. В слогане спиртного напитка Guinness: «Guinness isn't good for you», можно неправильно понять значение выражения, если не обратить внимание на то, что добавив букву «l» в название бренда, компания получила новое слово – «Guinness». Таким образом, появился суффикс –less, который позволяет перевести слоган следующим образом: «Без Guinness действительно плохо», а не «Guinness плох для вас». Еще одна особенность, которая присуща переводу этого слогана – добавление слова-усилителя «действительно». Такие слова добавляют эмоциональный окрас рекламному тексту, а соответственно и самому товару, делая его более привлекательным.

Также, при переводе не следует полагаться на дословный перевод, например, популярная фирма спортивной обуви Adidas предлагает покупателям такой лозунг «Impossible is nothing» («Невозможное возможно»), который при дословном переводе мог звучать как «Невозможность – ничто». При условии рекламирования товара с таким вариантом перевода, эмоциональный окрас товара был бы негативным и нерентабельным. Слоган алкогольного напитка Carlsberg – «Carlsberg – probably the best lager in the world», который по-русски звучит так: «Carlsberg – пожалуй, лучшее пиво в мире». В данном варианте перевода полностью сохранена исходная структура текста, но слово “lager”, которое в Англии употребляют для обозначения светлого пива, было заменено. [1, с.668-669; 7].

Что касается рифмованного текста, то вполне приемлемым вариантом является создание нового рифмованного слогана, который сможет сохранить стиль и смысл подлинного текста: «Gillette – the best a man can get!», («Gillette – лучше для мужчины нет») [4; 6; 7].

Трудным является сохранение аллитерации при переводе слогана. Когда точная передача невозможна, рекомендуется использовать собственный ритм, рифму и порядок слов: Jaguar – «Don't dream it. Drive it» («Не нужно мечтать. Садись за руль»).

Передача аттракции или фонетического повтора также передаются вариативными соответствиями, поскольку главной задачей остается передача стилистических средств: Red Bull – «It Gives You Wiiiings» («Red Bull окрыляет»), Kit-Kat – «Have a break, have a Kit-Kat» («Есть перерыв, есть Kit-Kat»).

Подводя итог, можно сказать, что одной из главных задач, которая возникает перед переводчиком во время перевода рекламного рифмованного текста, остается сохранение стилистических форм самого текста. При этом необходимо преобразовать рекламу под определенную категорию потребителей.

Литература

1. Апетян М. К. Особенности перевода слоганов англоязычных реклам на русский язык // Молодой ученый. – 2014. – №1. – С. 668–669.
2. ADME – «100 лучших слоганов мировой рекламы» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.adme.ru>
3. Коллективный блог [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.studfiles.ru/preview/5022>
4. Морилова Е. С. Ритмические особенности рекламных сообщений (на материале современных англоязычных журналов): дис. канд. филол. наук. СПб., 2005. – С. 11–13.
5. Переводческий веб-сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://fridge.com.ua/2011/07/osobennosti-perevoda-sloganov-i-reklamnyih-tekstov/>
6. Радченко И. А. Учебный словарь терминов рекламы и пабллик рилейшенз / Под ред. Е. Е. Топильской. – Воронеж: ВФ МГЭИ – 2007. – С. 155.
7. Электронная версия журнала «Новый маркетинг» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.web-standart.net/magaz.php?aid=2691>

НЕВЕРБАЛЬНЫЕ СРЕДСТВА ОБЩЕНИЯ

*Павлов Марк Владимирович,
студент II курса факультета компьютерных наук и технологий;
Юрьева Елена Владимировна,
кандидат филологических наук,
доцент кафедры русского языка
ГОУ ВПО «Донецкий национальный технический университет»*

Общение – это мощный инструмент, позволяющий человеку обмениваться информацией с другими людьми, удовлетворять свои социальные потребности, развиваться как личность. С древних времен люди использовали общение для передачи опыта и знаний: с помощью вербального и невербального общения обучали молодое поколение охотиться и ориентироваться на местности, передавали традиции и обряды. Общение принято разделять на вербальное, т. е. словесное, осуществляемое с помощью различных речевых средств, и невербальное – множество других способов передачи информации: жесты, мимика, интонация, тон и тембр голоса, а также цветообозначение, флажковая азбука и др. Стоит отметить, что невербальное общение появилось намного раньше словесного.

Все средства невербального общения ученые разделяют на несколько групп. Рассмотрим каждую из этих групп.

Итак, во время общения люди используют не только речь. Человек, выступая на конференции или общаясь дома с родными, прибегает к различным невербальным средствам: улыбается или строго смотрит на собеседника; объясняя материал, старается сопровождать рассказ жестами, а во время прощания машет ладонью вслед уходящему. Все это примеры *оптико-кинестических средств* общения.

Мимика – способность человека менять выражение лица в зависимости от ситуации общения. Во время коммуникации лицо собеседника играет роль обратной связи, благодаря выражению лица можно определить отношение адресата к происходящему. С помощью мимики можно выражать различные эмоции: счастье, отвращение, печаль, гнев, удивление, презрение и страх. Еще Дарвин установил, что мимика нам досталась от древних людей. Общеизвестно, что даже некоторые приматы способны управлять мышцами лица.

Жестикуляция – это движения рук или кистей во время коммуникации, направленные на поддержание или замену вербальной составляющей. При нормальном общении скорость движений синхронизирована со скоростью речи говорящего.

Партнеры начинают переговоры с рукопожатия; родные, которые не видели друг друга долгое время, обнимаются; знакомый человек может похлопать вас по плечу. Все это *такесические средства* общения, т. е.

динамические прикосновения. К ним относятся рукопожатия, объятия, поцелуи, похлопывания, толчки, поглаживания, касания, пощёчины, удары.

Самое популярное тактическое средство общения – это рукопожатие. Оно имеет древнюю историю возникновения: в прошлом этот жест был необходим людям, чтобы показать свои дружеские намерения. В наше время этот жест является обязательным во время встречи, прощания, а также может быть положительным ответом на предложение. Очень часто этот жест можно увидеть на изображениях с призывами к перемирию или на плакатах пацифистского направления.

Стоит отметить, что не во всех культурах и странах этот жест понимается точно так же, как и у нас. В Японии рукопожатия не приняты. Популяризация рукопожатия как жеста приветствия началась вместе с глобализацией. Еще одной важной группой средств невербального общения является *просодика*. Здесь ключевую роль играет голос говорящего. Его правильное использование может существенно повлиять на эмоции собеседника, переубедить его в чем-либо или просто донести информацию так, чтобы она надолго запомнилась.

Большое значение имеет интонация. Она влияет на мелодику, высоту, интенсивность (громкость), тембр, паузы и логические ударения, делая речь четкой и легко воспринимаемой для любого слушателя. Однако просодические ошибки в речи заметны и читаются как будто между строк, выражая истинное отношение говорящего. Например, если человек хочет что-то утаить, он будет делать много пауз, подбирая нужные фразы, произнося их с определенным волнением и т. д.

Также существуют экстралингвистические средства общения. Это плач, кашель, смех, вздохи и т. д.

В зависимости от ситуации общения дистанция между коммуникантами может увеличиваться или уменьшаться: один из собеседников может стоять, а другой может позволить себе сидеть в этот момент или передвигаться по комнате. Пространственная организация коммуникантов относится к *проксемическим средствам* общения. Этот термин ввел американский антрополог Э. Холл. Он выделил четыре вида дистанции, допустимой во время общения:

- 1) интимное расстояние (от 0 до 45 см) – общение самых близких людей;
- 2) персональное (от 45 до 120 см) – общение со знакомыми людьми;
- 3) социальное (от 120 до 400 см) – расстояние предпочтительное при общении с чужими людьми и при официальной встрече;
- 4) публичное (от 400 до 750 см) – расстояние при выступлении перед различными аудиториями.

Еще одна группа средств невербального общения – это *ольфакторные проявления*. Это различного рода запахи: естественные и искусственные запахи человека, запахи окружающей среды или запахи в помещении, в котором происходит общение.

В последнее время мы можем наблюдать появление новых средств невербального общения. Их использование обусловлено несколькими причинами: техническим прогрессом, влияющим на создание новых каналов обмена информацией, стремлением к экономии языковых средств и как следствие оптимизацией процесса коммуникации.

Одним из самых популярных средств невербального общения, которое известно практически каждому владельцу мобильного телефона или компьютера, является смайлик – изображение, состоящее из желтого круга и двух черных точек, напоминающее человеческое лицо, которое выражает определенную эмоцию. Автором смайлика считается Харви Болл, именно он нарисовал его таким, каким мы привыкли его видеть. Однако известны случаи и более раннего использования смайлика, созданного из пунктуационных знаков. Идею использования скобки в качестве улыбки предлагал еще Владимир Набоков.

Смайлики можно считать интернациональным средством общения. Они снабжают сообщение эмоциональной окраской, которую сложно передать во время коммуникации на расстоянии, используя только лишь вербальные средства. В последнее время в соцсетях наблюдается тенденция применения смайликов для полной замены вербальных знаков. Пользователи соцсетей строят предложения, в которых смайлы выполняют роль подлежащего, дополнения и обстоятельства.

В сети Интернет люди все чаще обмениваются информацией с помощью стикеров. Это изображение, которое не только передает субъективную оценку, но и несет определенную смысловую нагрузку.

Особенностью стикеров является то, что они представляют собой набор изображений, посвященных определенной теме, событию (Дню космонавтики, Дню Святого Валентина и т.д.) или какой-либо акции, проблеме (проблема исчезающих видов животных, проблема загрязнения окружающей среды и др.). Таким образом, стикеры выполняют не только коммуникативную функцию, но и социально-культурную.

Итак, средства невербального общения востребованы и в социальных сетях, и в условиях реального общения, так как оптимизируют процесс коммуникации, передавая мысли адресанта и выражая его оценку. Они доступны и понятны каждому коммуниканту, а также они способны оказать сильное воздействие на собеседника.

Литература

1. Юрьева Е. В. Вербальные и невербальные приемы создания комического в креолизованных текстах социальной рекламы / Е. В. Юрьева // Изв. Саратов. ун-та. Нов. сер. Сер. Филология. Журналистика. 2017. Т. 17, вып. 1. С. 24–28. DOI: 10.18500/1817-7115-2017-17-1-24-28.

К ПРОБЛЕМЕ ЖАНРОВОГО СВОЕОБРАЗИЯ ЭПИСТОЛЯРНЫХ ТЕКСТОВ

*Пивень Анна Витальевна,
студентка IV курса факультета славистики;
Герасименко Ирина Анатольевна,
зав. кафедрой, доктор филологических наук, профессор кафедры общего
языкознания и славянских языков
ОО ВПО «Горловский институт иностранных языков»*

Вопрос о существовании эпистолярного жанра и его выделения среди других жанров – достаточно актуальная на сегодняшний день проблема. На наш взгляд, это может быть связано с тем, что эпистолярный как самостоятельный жанр ещё недостаточно изучен, поэтому требует детального рассмотрения.

Одним из первых учёных, кто обратился к проблеме определения жанра, был М. М. Бахтин, который говорил об отличии и разнородности речевых жанров, включая жанр письма. Автор классифицировал жанр письма как первичный, то есть тот, который возникает в результате непосредственного общения между людьми.

Анализом писем и их жанровыми чертами занимались многие исследователи. О письме в газету говорили М. Д. Невинская и Е. А. Никишина. Деловое письмо изучала Т. А. Ладыженская. Рассматривались коммерческое письмо (И. Д. Суханова), личное письмо (Н. И. Белунова, Н. А. Ковалева), письмо с этических фронта *vosre* (Н. Э. Вашкау), выражение письмо частно-официальное (Е. Ф. Дмитриева), письмовник (М. А. Кулич письма, Н. Ю. Бусоргина) и, наконец, часть открытое замена письмо (Е. А. Универсалуок).

Представленные за последние десятилетия исследования показывают, что изучение вопроса стилевой принадлежности и жанровой классификации писем является актуальным и одним из самых обсуждаемых аспектов лингвистики. В современной науке нет достаточно обоснованных теорий, касающихся жанра письма. Не разрабатывалось также четкого и наиболее полного понятия письма.

О. П. Фесенко относит письмо к самостоятельным жанрам. В своей работе он говорит, что «переписка соотносится с понятием жанра (как категорией функциональной стилистики, стилистики языка) [1]. Эпистолярный текст представляет собой жанр речи» [1].

В свою очередь, Т. Г. Винокур на основании функционального признака также считает эпистолярный самостоятельным стилем наряду с художественным, официально-деловым и научным стилями [2].

Л. Н. Кецба все письма разделяет на две большие группы: деловые и личные. Автор представляет личные письма как бытовые, то есть показывающие влияние разговорной речи и среды обитания, и писательские – как те, которые близки к художественному стилю. Все вышеуказанные виды писем автор объединяет в один стиль – эпистолярный [3].

Вопрос о стиле тесно связан с понятием «жанра». Жанр, сам по себе, является производной категорией от стиля. Жанр в данном контексте является формой, а стиль речи – речевым наполнением формы. Именно стиль определяет, какой жанр будет задействован в той или иной ситуации.

Учёные, основываясь на разных принципах выделения функциональных стилей языка, называют от трёх до одиннадцати его разновидностей. К традиционному подходу относится точка зрения, согласно которой существует четыре функциональных стиля: научный, официально-деловой, публицистический и разговорный. Художественный стиль стоит отдельно, так как может включать черты каждого стиля.

Дискуссионным выступает не только вопрос о количестве стилей, но и об их разновидностях. В научных кругах продолжаются споры о целесообразности выделения эпистолярного и конфессионального стилей.

В настоящее время существуют работы в эпистолярном стиле, в которых реализуются только свойственные этому стилю совокупности эпистолярных жанров. Черты Соотнесение эпистолярия с понятием румян жанра владеет объединяет взгляды чехов таких лингвистов, как А. А. Акишина, Н. И. Белунова, И. Р. Гальперин, А. Н. Гвоздев, Д. Э. Розенталь, Т. П. Зорина, А. Н. Кожин, Н. В. Логунова, Е. Ф. Петрищева, Э. Г. Ризель, И. Д. Суханова и другие [1].

«Итак, эпистолярный текст – уникальный объект исследования современной лингвистики. В нём содержится информация об особенностях языка целой языковой эпохи, проявляется языковая личность автора письма и содержится определенная информация литературоведческого и философско-антропологического характера. Несмотря на то, что эпистолярный как лингвистический и литературный феномен давно привлекает внимание учёных, многие аспекты ещё не раскрыты и ждут своих исследователей. Опыт ряда учёных убеждает, что подобная интеграция при анализе материала весьма результативна и расширяет возможности исследования. Поэтому при рассмотрении особенностей частной переписки актуальным остаётся не только литературоведческий аспект, но и лингвотекстологический, функционально-стилистический, прагматический и когнитивный подходы» [1], которые будут нами учтены при дальнейшем исследовании эпистолярия отдельно взятого автора.

Литература

1. Винокур Т. Г. Стилистическое развитие современной русской разговорной речи / Т. Г. Винокур // Развитие функциональных стилей современного русского языка. – М. : Наука, 1968. – 187 с.
2. Кецба Л. Н. Место эпистолярного стиля в системе функциональных стилей / Л. Н. Кецба // Изв. АН АзССР. Сер. Литература. – №3-4. – 1971.
3. Фесенко О. П. Эпистолярный: жанр, стиль, дискурс / О. П. Фесенко // Вестник Челябинского государственного университета. – 2008. – № 23. – С. 132–142.

ХУДОЖЕСТВЕННЫЙ ТЕКСТ: ПЕРЕВОДЧЕСКИЙ АСПЕКТ

*Проценко Юлия Витальевна,
магистрантка 2 курса, специальность Лингвистика
(профиль «Перевод»);*

*Некрутенко Елена Борисовна,
кандидат педагогических наук,
доцент кафедры теории и практики перевода
ГОУ ВПО «Луганский национальный университет имени Тараса
Шевченко»*

Художественный стиль самый творчески развиваемый и подвижный из всех стилей, не до конца изучен, поскольку он подвержен изменениям больше других. Из всех функциональных стилей данный стиль является наиболее описанным в литературе.

Художественный перевод – это письменный перевод художественного произведения с одного языка на другой, воссоздание произведения заново, в рамках другой языковой культуры. Переводчик в своей работе над текстом должен сохранить реалии страны оригинала, делая их понятными представителям другой нации, не привнося лишней информации. Основная сложность данного вида перевода заключается в том, что важно передать читательской аудитории уникальность авторского стиля, показать богатство языковых средств, юмора, характера, заложенного в тексте.

Несмотря на то, что темы, затрагиваемые в художественных текстах, ограничены (описание жизненного пути человека, его окружение, внутренний мир и др.), но средства, используемые для их раскрытия, очень разнообразны. Поэтому, переводчик старается найти новые средства художественной выразительности, сказать что-то по-новому, показать свою творческую изобретательность для того, чтобы привлечь внимание читателей к определенной проблеме [1].

Перевод художественного текста представляет собой самый сложный вид письменного перевода, поскольку переводчик помимо отличного знания двух языков, должен обладать талантом писателя, уметь проникнуть в суть текста, иметь способность тонко прочувствовать и донести читателю мысль, которую вкладывает автор текста. В художественных текстах ярко выражена эмоционально-эстетическая информация, по сравнению с когнитивной составляющей. Шедевры мировой литературы получили широкую известность

благодаря мастерству переводчика, его творческой интуиции, отличного знания культуры и ментальности страны. Для опытного переводчика важно передать средствами другого языка авторский замысел, отобразить основной смысл текста, но при этом сохранить гармоничность художественного текста.

В своей работе переводчик выполняет функцию соавтора, поскольку он создает совершенно новый текст на основе исходного варианта, при этом итогом его творческой работы является отсутствие дословного перевода художественного текста [2].

Одной из особенностей художественного перевода является умение правильно перевести на другой язык фразеологические единицы, при этом переводчику необходимо владеть большим лексическим запасом и использовать в своей работе специализированные фразеологические словари. Незнание даже некоторых устойчивых выражений может привести к неправильному восприятию текста в целом. Особенно это касается пословиц, поговорок, афоризмов, которые при переводе сохраняют единый смысл, но передаются разными словами на другой язык. Например, «mill the air/beat the wind» – «переливать из пустого в порожнее», «толочь воду в ступе»; «the fit hits the shan» – «дело пахнет жареным».

Часто в художественном тексте встречается ирония или юмор, поэтому, переводчику важно уметь сохранить игру слов, которую подразумевает автор данного литературного произведения. Большое количество шуток в английском языке связаны с каламбуром (pun), которое представляет собой небольшое остроумное высказывание, игру слов, построенное на полисемии. Например:

- Will you tell me your name?
- Will Knot
- Why not?

(Will Knit - Уилл Хот (имя и фамилия), I will not tell – я не скажу).

При переводе юмористический эффект данного стилистического приема достигается за счет использования омофонов (слов с одинаковым звучанием, но различающимся на письме и имеющим разное значение: *flower* – цветок и *flour* – мука), *weight* (вес) и *wait* (ждать) и омонимов (слов, одинаковых по написанию и звучанию, но имеющих разное смысловое значение: can – мочь, can – консервная банка; well – хорошо, well – колодец) [3].

Переводчику при работе над художественным текстом важно соблюдать стиль той эпохи, к которому относится литературное произведение. Так, например, фразу «*the underground railroad*» обычно переводят как «подземная железная дорога, метро, метрополитен». Но, если эта фраза присутствует в романе, написанном в XIX веке, то ее следует перевести, как «подпольная

железная дорога», «тайная переброска беглых рабов-негров в северные штаты Америки из южных районов».

Переводчику приходится, также, иметь дело с религиозной составляющей в художественном тексте. Библия и ее переводы оказали большое влияние на языки тех народов, которые прошли стадию христианской культуры. Священное Писание является неисчерпаемым источником идей, образов во всех сферах искусства, одним из самых важных источников английских идиоматических выражений. Многие библейские фразеологизмы настолько ассимилировались в английском языке, что не всегда они ассоциируются с Библией. Многообразие библейских тем, цитат, аллюзий присутствует в разных художественных произведениях. Переводчику необходимо иметь знания культурологического и страноведческого характера для того, чтобы адекватно передать те реалии, которые присутствуют в иноязычном тексте. Для того, чтобы сделать адекватный перевод библеизмов с английского на русский язык, необходимо изучить ту книгу Священного Писания, к которой относятся данные фразеологические единицы. Переводчик должен подобрать соответствующий эквивалент или сделать описательный перевод. При употреблении библеизмов в двух языках происходит их расхождение на семантическом, синтаксическом, грамматическом уровнях, а также, несовпадение эквивалентов [4].

Переводчик должен уметь переработать текст так, чтобы он сохранил свой первозданный шарм и гармоничность, оставаясь при этом интересным для читательской аудитории, которая говорит на другом языке. В тоже время ему необходимо передать стиль автора таким образом, чтобы точно отобразить смысл текста.

В работе переводчика появляются определенные трудности, когда текст оригинала и перевода относится к разным культурам, поскольку язык отражает традиции, обычаи, особенности культурно-исторического развития и ментальность народа. Для преодоления трудностей при переводе требуются знания специфики культуры той страны, с языка которой выполняется перевод. Важнейшими экстралингвистическими причинами преобразований при переводе являются: 1) недостаточное знание языка оригинала или сути предмета, о котором идет речь; 2) различие стилей мышления у людей, которые говорят на разных языках; осуществляется интерференция, как перенос особенностей иностранного языка в язык перевода; 3) культурно-историческая динамика языка, которая приводит к изменениям лексического состава языка («политически корректная» лексика); 4) этнокультурные реалии (безэквивалентная лексика) [5].

Таким образом, переводчик текстов художественного стиля должен иметь образное мышление, творческую интуицию, обладать мастерством писателя, знать культуру, традиции, обычаи, религию страны языка, а также знать особенности и трудности художественного перевода. Опытный переводчик выступает в качестве соавтора, поскольку он создает новый текст на основе исходного текста.

Литература

1. Ахмедова С. Н. Особенности перевода художественных текстов / С. Н. Ахмедова // Филология и литературоведение. – 2014. – № 8. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://philology.snauka.ru/2014/08/888>.
2. Клюкина Т. П. Особенности употребления и перевода английских и русских библеизмов / Т. П. Клюкина // Столпотворение. – 2003. – № 8. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.samlibru>.
3. Культурно обусловленные трудности перевода [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://studfiles.net/preview/2915646/page:16/>.
4. Стилистические проблемы перевода [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://poisk-ru.ru/s44416t3.html>.
5. Фурсова И. Н. Специфика перевода художественного текста/ И. Н. Фурсова // Сборник статей «Актуальные вопросы переводоведения и практики перевода. – Челябинск, 2015. – № 5. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.alba-translating.ru/ru/ru/articles/2015/fursova.html>.

К ВОПРОСУ РЕКОНСТРУКЦИИ ЛИТЕРАТУРНОГО ЯЗЫКА В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ

*Токарь Алексей Александрович,
студент II курса физико-металлургического факультета;
Салехова Светлана Владимировна,
старший преподаватель кафедры русского языка
ГОУ ВПО «Донецкий национальный технический университет»*

Каждый язык сложен и многогранен, ему учат нас с детства, преподают в школе, все для того, чтобы мы стали частью большого общества. Без знания языка невозможно добиться множества целей, будет невозможным устройство на работу, создание семьи, ведь буквально для всех процессов в жизни необходима коммуникация.

Язык как средство для общения начал функционировать давно, ещё во времена первобытнообщинного строя. Для выживания людям приходилось издавать звуки и активно жестикулировать, это помогало им общаться между собой. Люди стали развиваться, и речь все больше и больше совершенствовалась, звуки и резкая жестикуляция сменилась на понятную для сегодняшнего общества речь.

Ученые определяют язык как «совокупность средств общения людей посредством обмена мыслями и правил употребления этих средств; язык как сущность находит свое проявление в речи» [1, с. 13].

Язык как эталонная система идеален, но его реальное функционирование иллюстрирует проблемы, с которыми сталкивается каждый человек в своей жизни, осуществляя коммуникацию. Основной проблемой является отклонение от нормы, которое влечет за собой употребление ненормативной лексики, сленга, «пустых слов», злоупотребление заимствованной лексикой. В обществе принято считать, что подобные отклонения от норм литературного языка свойственны людям со скудным словарным запасом, тем носителям языка, которые совершенно не читают и никак не развивают себя. Однако, если проанализировать использование языка современной молодежью, в частности студентами, то увидим неутешительную закономерность, что отклонение от нормы все чаще становится «нормой». Например, нецензурная лексика может употребляться человеком, не имеющим проблем с речью и большим словарным запасом, так как это является «модой» и проявлением «современности».

Для природной реконструкции литературного языка в современном обществе, увеличения его популярности и органического внедрения литературных норм в речь молодежи, представляется уместной разработка определенной системы мероприятий. Основными аспектами, которой должны быть:

А. Популяризация литературного языка должна осуществляться через увеличение потока атрактивной и интересной коммуникантам информации с соблюдением литературных норм в средствах СМИ, тестах песен популярных исполнителей, кино, литературных произведениях.

Б. Категорический запрет на сленг и жаргон в программах и передачах как недопустимый социолингвистический феномен.

В. Предъявление обязательных требований по знанию литературных норм при принятии на работу, которая связана с коммуникацией (от госслужащих до обычных продавцов).

Г. Повышение языкового престижа и выработка стойкого «иммунитета» к нарушению языковых норм посредством разнообразных конкурсов, олимпиад, школ риторики и дикторского искусства и т.д.

Д. Развитие с младшего школьного возраста любви к языку как неотъемлемому компоненту природного патриотизма.

Следует отметить, что отсутствие комплексных мероприятий по популяризации литературного языка неизбежно приведет к постепенной утрате социально-функциональных задач языка, интенсивному распространению сленга и вместе с тем обеднению речи, а также в будущем к снижению профессиональных навыков в различных отраслях знаний.

Язык – это дар, который дан человечеству, что бы он его развивал, делился с обществом и не засорял различным «мусором». Ведь, отказываясь от литературных норм, мы в первую очередь разрушаем себя и окружающий мир, возвращаясь в древние времена, когда было «модным» издавать звуки и яро жестикулировать.

Литература

1. Русский язык и культура речи: Учебник. – 2-е изд., перераб. и доп./Под ред. проф. О. Я. Гойхмана. – М. : ИНФРА-М, 2009. – 166 с.

2. Русский язык и культура речи для технических вузов. – Ростов н/Д : Феникс, 2002. – 320 с.

МОЛОДЕЖНЫЙ ЖАРГОН И УСТНАЯ РЕЧЕВАЯ КУЛЬТУРА СТУДЕНЧЕСТВА

*Злобова Валерия Андреевна,
студентка II курса факультета ресторанно-гостиничного бизнеса;
Колесниченко Людмила Владимировна,
старший преподаватель кафедры лингводидактики
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет экономики и
торговли имени Михаила Туган-Барановского»*

Активизация процессов, происходящих во всех аспектах жизни современного общества, повлекла за собой серьезные изменения и в сфере культуры, в частности, в области языка. Но, если письменная речь, как наиболее тщательно отобранная и нормированная, меньше подвержена влиянию извне, то в ее устной форме наблюдаются существенные изменения, что становится предметом осмысления не только филологов, но и специалистов смежных наук – психологов, социологов, этнографов. В последние годы устная речь становится все более раскованной, экспрессивно-эмоциональной и очень часто – ненормативной. В данной работе нас будет интересовать пласт языка, находящийся за гранью литературного и активно функционирующий в молодежной среде. Цель статьи – определить сущность понятия «молодежный сленг», выяснить сферы его употребления, причины широкого распространения в настоящее время и основные способы образования.

Проблемами сленга занимались и занимаются многие отечественные ученые. Шахматов, И. Р. Гальперин, Э. М. Береговская, Е. Г. Борисова-Лунашанец, Т. В. Зайковская, Е. Уздинская – вот далеко не полный список исследователей, в той или иной мере интересующихся проблемами социолекта и, в частности, сленга.

Обратимся к истории возникновения этого понятия. К сожалению, его происхождение неясно. Впервые зафиксированный в письменных источниках в Англии почти триста лет назад со значением «оскорбление», термин «сленг» в своей семантике претерпел изменения и стал употребляться как «язык простонародья».

В русской лексикографии он начал встречаться во второй половине XX в. и до настоящего времени часто употребляется как синоним жаргона. Однако далеко не все ученые согласны с этим. Нам кажется интересной точка зрения О. А. Лаптевой о том, что термин «жаргон» следует понимать в двух значениях – как общий, родовой, и как видовой. Общий жаргон обеспечивает коммуникативные потребности социально ограниченных групп в целом. Сленг как видовая разновидность общего жаргона отличается от него повышенной эмоциональностью и экспрессией [3, с. 103]. Известный исследователь лексической системы русского языка Е. Уздинская считает, что «молодежный

жаргон – это особый подязык в составе общенационального языка, используемый людьми в возрасте от 14 до 25 лет в непринужденном общении со сверстниками» [4, с. 25].

Молодежный жаргон включает в себя:

- жаргоны учащейся молодежи (школьников, учащихся ПТУ, студентов техникумов и вузов);
- жаргоны солдат и матросов срочной службы;
- жаргоны неформальных молодежных объединений (хиппи, панков, металлистов, фанатов);
- жаргон молодежи, объединенной общими интересами (компьютерные, спортивные интересы).

По нашим наблюдениям сленговая лексика каждой из молодежных групп связана прежде всего с той деятельностью, которая объединяет их в группы: для студентов, школьников, учащихся профессионально-технических училищ и старших классов школ – с процессом учебы, для спортсменов – со спортом, для металлистов – с музыкой, для солдат – с воинской службой и т.д. Но существует и общий сленг, функционирующий во всех молодежных группах и направлениях: это названия предметов быта, одежды, отношений друг с другом и т.п.

Если проследить историю развития молодежного сленга, то можно обнаружить, что никогда он так активно не развивался, как в настоящее время.

Учеными сформулированы главные причины существования и активного употребления сленга в молодежной среде последних лет:

- ускорение темпа жизни;
- экономия времени, связанная с упрощением и сокращением слов;
- желание «влиться» в компанию, показать, что ты «свой»;
- возможность «блеснуть» умом;
- жажда показаться моложе или наоборот;
- желание удивить, обратить на себя внимание окружающих;
- выражение своеобразного протеста против «нудного» мира взрослых;
- влияние языка Интернета;
- желание выразить присущие молодежи яркость, необычность, своеобразную загадку;
- желание на «законном» основании употреблять вульгаризмы и ненормативную лексику.

Коснемся основных способов формирования сленга, которое происходит за счет источников и средств, свойственных языку вообще и русскому в частности.

1. Большинство слов современного молодежного сленга пришли к нам из английского языка и связаны с интернет-культурой: фэн (fan) – поклонник, шуз, шузы (shoes) – обувь, пипл (people) – народ, люди, обычно молодежь и т.п.;

2. Значительная часть сленгизмов возникла в результате переосмысления значения слов общенародного языка: обуть (не выполнить обещание), кидать

(обмануть, пытаюсь скрыться), штука (тысяча рублей), разбираться (выяснять отношения), гудеть (пить спиртное, веселиться);

3. Немаловажную роль играет и образование молодежной лексики с использованием словообразовательных моделей русского языка, в основном с помощью различных аффиксов: сблизаться (от жаргонного же: лажа), разборки (от жарг.: разбираться с кем?), балдеж (от жарг. балдеть), гудеж (от жарг. гудеть), халявщик (от жарг. халява – то, что дается даром, без усилий), прикольный (от жарг. прикол) и т.п.

Подведем итоги. Проанализировав особенности языка молодежи, можно сделать вывод, что молодежный сленг представляет собой некую незамкнутую систему в рамках молодежной культуры; это особый подъязык в составе общенационального языка, используемый людьми в возрасте от 14 до 25 лет в неформальном общении со сверстниками.

Сленг различных молодежных групп отличается друг от друга в зависимости от рода их деятельности, но существует и общая сленговая лексика, функционирующая в молодежной среде в целом. Активизация употребления молодежного сленга в настоящее время связаны как с причинами объективного, так и субъективного, часто – психологического характера. Приостановить процесс образования и использования молодежного сленга невозможно и не нужно, так как его существование свидетельствует о том, что язык как живой организм находится в постоянном поиске и движении.

Литература

1. Анищенко О. А. Эволюция обозначения молодежной речи: от технического языка до жаргона / О. А. Анищенко // Вопросы языкознания. – 2009. – № 2. – С. 108–117.

2. Береговская Э. М. Молодежный сленг: формирование и функционирование / Э. М. Береговая // Вопросы языкознания. – 1996. №3. С. 32-39.

3. Лаптева О. А. Теория современного русского языка / Учебник для вузов [Текст] / О. А. Лаптева. – М.: Высшая школа, 2003. – С. 103.

4. Уздинская Е. Семантическое своеобразие современного молодежного жаргона / Е. Уздинская // Актуальные процессы в языке и речи. – Саратов, 2000. – С. 25.

О МОЛОДЁЖНОМ ЖАРГОНЕ В СТУДЕНЧЕСКОЙ СРЕДЕ

*Аль-Ага Екатерина Карамовна,
студентка 2 курса факультета экономики, управления и информационных
систем в строительстве и недвижимости;
Тимошко Галина Владимировна,
кандидат психологических наук,
доцент кафедры «История и философия»
ГОУ ВПО «Донбасская национальная академия строительства и
архитектуры»*

И. В. Пелих, анализируя молодежный сленг в контексте социальной речи, пишет, что «интерес современных исследователей обращен к живой разговорной речи, к языку в его ежедневном, бытовом выражении. Экспрессивность, образность, живость, подвижность состава, некоторая социальная кодированность – качества разговорного пласта современной лексики». В числе ученых, изучающих молодежный сленг, Галлино Т. Дж., Павлова Е. Э., Селифонова Е. Д., Шаркаева И. М. [1].

И. В. Пелих описывает также ряд причин употребления сленга. Во-первых, это стремление молодых людей общаться друг с другом, оставаясь непонятыми окружающими. Во-вторых, это склонность к эмоциональной окраске речи, которую трудно ей придать, пользуясь только литературной речью. И, в-третьих, причиной вынужденной языковой дифференциации между поколениями, по мнению ученых, становится возрастающий темп жизни, за которым представители старшего поколения не всегда успевают [1].

Шаркаева И. М. пишет о том, что на современном этапе речь рассматривают как средство регулирования отношений между людьми в различных сферах жизни. Являясь основным орудием общения, язык представляет информацию о культуре страны и ее истории, а также отражает все изменения в обществе. В этом смысле речь (общение с помощью языка) молодежи наиболее полно отражает особенности молодежной части общества [2].

И. М. Шаркаева указывает в своей статье, что к главным чертам молодёжного сленга можно отнести: излишнюю эмоциональность, экспрессивность и образность речи.

Анализ литературы по проблеме молодёжного сленга, проведенный Шаркаевой И. М., приводит к гипотезе о том, что культура речи зависит от общей культуры, развитости и грамотности ее носителей. Чтобы проверить особенности употребления молодёжного сленга студентами, ею был проведен письменный опрос студентов 1 и 2 курса. Результаты опроса показали, что студенты весьма избирательны в выборе языковых средств для общения с разными категориями людей, что молодежь живет по двойным стандартам: есть

нормы речевого поведения в учреждении, в вузе, в общении с преподавателями и со взрослыми, а есть и другие. Ведь общение на сленге в молодежной среде является нормой. Значит, культура речевого поведения в конкретной ситуации не зависит от общей культуры, развитости и грамотности ее носителей.

Для того, чтобы изучить отношение и особенности использования жаргона студентами ДонНАСА, его зависимость от возраста, круга общения молодых людей ДонНАСА, был проведен письменный опрос пилотажной выборки студентов первого и второго курсов ДонНАСА. В выборку вошли 58% юношей и 42% девушек, возраст – от 17 до 21 года, в ней относительно равномерно представлены специальности, которые готовит академия: строительные, архитектурные, экономические.

Для письменного опроса была использована первая часть анкеты И. М. Шаркаевой [2], представленная ниже.

1. Употребляете ли вы жаргон в своей речи?
2. Как часто и при каких обстоятельствах вы используете жаргон?
3. Какие из приведенных ниже слов вы употребляете в речи?

Ава – сокращённый вариант от слова "аватарка"; фотография пользователя в профиле соцсети; **фуфло толкать** – врать; **агриться** – сердиться, браниться; **халява** – нечто, получаемое даром; **бомбит** – раздражает, нервирует; **хавать** – есть; **хавка** - пища; **хаюшки** – приветствие; **хом** – жильё, дом; **чайник** – человек, в чем-либо неосведомленный; **чвакнуться** поцеловаться; **чердак** – мозги; **варик** – сокращённое от слова "вариант"; **го** – пойдём; **шарить** – разбираться в чем-либо.

Результаты исследования показали следующее. 80% опрошенных студентов употребляют жаргон в своей речи, 20% – пишут, что нет, однако отвечают на второй и третий вопрос анкеты, поэтому их голоса учтены во втором и третьем вопросе. 33% студентов, употребляющих жаргон, пользуются им всегда, везде и со всеми. В то же время больше половины употребляющих жаргонные слова студентов подчеркивают, что пользуются ими в кругу людей своего возраста, друзей. Можно предположить, что они не навязывают жаргонное общение другим группам людей, по крайней мере, сильно отличающимся от них по возрасту. Есть студенты (27% опрошенных), которые пользуются жаргоном не систематически, а редко, в эмоциональных, стрессовых или даже опасных (странных) ситуациях. Получается, что большинство опрошенных студентов не такие уж «фанаты» жаргона, они то пользуются им, то не пользуются.

Анализ употребления жаргонных (сленговых) слов, предложенных в списке, показал, что самым популярным словом у студентов является слово «шарить», т.е. разбираться в чем-либо. Его подчеркнули все студенты, употребляющие сленг или знакомые со сленгом. Поэтому можно предположить, что ребятам не безразлично, с кем они общаются, их волнует компетентность людей, ведь люди чаще употребляют те слова, которые их волнуют в первую очередь.

Часто выбираются слова, несущие заряд отрицательных эмоций: «фуфло толкать», «агриться», «бомбит». Но не только. Обращают на себя внимание и самые редкие выборы. Возможно, слово «чвакнуться» ребята и постеснялись выбрать, а вот всего четыре выбора самого ласкового слова «хаюшки» явно не выдерживают конкуренции с вышеуказанными неласковыми словами.

Т. Дж. Галлино, изучивший процессы, протекающие в молодежном сленге, уверен, что употребление подростками инвективной (отрицательно унижительной) лексики происходит чаще всего «из любви к искусству», т.е. только потому что им нравится ругаться, выражая таким образом грубую и не всегда уместную иронию [3]. В то же время студенческий возраст, относящийся к периоду юности, имеет другие психологические особенности и особенности лексики.

Мы не проверяли в анкетировании инвективную лексику. Но использовали примеры отрицательно эмоционально заряженного («бомбит») и положительно эмоционально заряженного жаргона («хаюшки»). Большинство обнаруженных нами особенностей отношения студентов к жаргону соотносится с литературными данными о нем: привлекательность экспрессии, эмоциональности жаргона, использование жаргона в стрессовых ситуациях; использование жаргона для языковой дифференциации между поколениями.

В то же время мы обнаружили, что студентов волнует компетентность или некомпетентность окружающих и это отражено в жаргоне; отрицательно эмоционально окрашенные жаргонные слова выбираются ими чаще, чем положительно эмоционально окрашенные (неласковые чаще, чем ласковые).

Итак, особенности и использование жаргона в современной молодежной среде остаются актуальными для исследования и требуют накопления данных, анализа, обобщения.

Литература

1. Галлино Т. Дж. Мат из любви к искусству [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.grammar.ru>.
2. Пеллих И. В. Молодежный сленг как социальная разновидность речи [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/v/molodezhnyy-sleng-kak-sotsialnaya-raznovidnost-rechi>
3. Шаркаева И. М. Молодежный сленг студенческой среды [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.rae.ru/forum2011/pdf/1065.pdf>

ЯЗЫКОВАЯ КУЛЬТУРА СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ

*Журбинова Арина Алексеевна,
студентка II курса инженерно-экономического факультета;
Юрьева Елена Владимировна,
кандидат филологических наук,
доцент кафедры русского языка
ГОУ ВПО «Донецкий национальный технический университет»*

Современный мир развивается и совершенствуется с каждым днем. Вслед за ним меняются приоритеты отдельного человека и общества в целом, изменяются границы государств, конечно же, изменения претерпевает и язык. Мы с детства общаемся на русском языке. Стараясь сохранить чистоту русского языка, мы иногда терпим неудачи. С чем же это связано? Возможно, с тем, что мы все чаще смотрим телевизор, общаемся в социальных сетях, вместо того чтобы читать книги?

Несомненно, мы все видим важность в укреплении позиций русского языка. Решающую роль в сохранении его чистоты и величия может сыграть современная молодежь. Молодежную среду можно определить, как важнейшую часть общества, благодаря которой развивается речевая культура. Именно в юном возрасте формируется мировоззрение.

К тому же молодежь наиболее восприимчива ко всему новому, что появляется в современной жизни (информационно-технический прогресс, развитие международных отношений, доступность туристических, учебных и рабочих международных обменов и др.), и это незамедлительно находит свое отражение в языке, который чутко реагирует на все актуальные тенденции и новшества появлением новых единиц, и, следовательно, полностью отражает и вербализует бытие его носителей [5, с. 4-5].

Какие же причины ухудшения состояния русского языка можно выделить сегодня? Как влияет молодежный сленг на развитие русского литературного языка?

Первое, что следует отметить – это активное использование молодежью нецензурной лексики.

Ученые доказали, что вся «нехорошая» лексика – исконно родная, связанная тысячами нитей с общенациональным лексическим богатством всех славянских языков [4]. Странно, но матерные слова стали использоваться почти везде: в литературе, на телевидении, в кинематографии. Даже классики русской литературы употребляли бранные слова, но у всех крупных писателей, был свой внутренний редактор – совесть, она-то и не позволяла излишеств на книжных страницах [4].

Сейчас у большинства молодых людей в речи можно встретить матерную лексику. Молодежь не всегда использует ее как ругательство (т.е., для того

чтобы оскорбить собеседника), чаще ее используют для выражения эмоций позитивных или негативных, а также, для того, чтобы придать высказыванию оттенок непринужденности. По мнению молодых людей, выразительность высказывания возрастает при увеличении числа матерных слов. Как считает большинство молодых людей, использование нецензурной лексики способствует созданию комического эффекта. Ведь сейчас даже слово «подшучивать» довольно часто молодые люди заменяют нецензурным синонимом.

Для девушек же характерно использование не матерных слов, а уменьшительно-ласкательной лексики. Употребляя такие слова, как “сябки” (спасибо), “приветики” или “приветулилки” (привет), девушки стараются выразить свою симпатию к собеседнику. Конечно, никто не запрещает использовать такую лексику, однако слышать ее от взрослого человека крайне неприятно.

Второй причиной ухудшения состояния русского языка является безграмотность молодежи. С каждым годом число безграмотно пишущих молодых людей растёт. Это отражается в СМС-сообщениях, которыми они без конца обмениваются, отвергая все правила русского языка: исключают все знаки препинания, заглавные буквы, используют сокращения (СПС – спасибо, НЗ – не за что / не знаю), нарушают структуру предложения, отправляя в одном СМС по одному слову. Возможно, такое нарушение норм русского языка связано с экономией времени. Ведь молодые люди всегда куда-то спешат, чем-то заняты.

Также, по нашему мнению, как одну из причин, следует выделить молодежный сленг. Сленг – это молодежный жаргон, составляющий слой разговорной лексики, отражающей грубовато-фамильярное, иногда юмористическое отношение к предмету речи [3].

Молодежную лексику можно разделить на несколько групп:

1. Междометия. К этой группе можно отнести такие эмоционально-волевые восклицания, как «блин», «крутяк», «отпад», «жесть» и так далее.

2. Слова, передающие позитивное или негативное отношение говорящего к слушающему или предмету речи. Например, «классуха», «препод», «училка».

3. Глаголы с эмоциональным значением. Они не только передают эмоциональное состояние адресанта, но и выражают переживаемую им эмоцию. Например, «кайфовать», «тащиться», «офигевать».

4. Побудительные конструкции, имеющие значение волеизъявления, адресованного собеседнику. Например, «иди гуляй», «иди туси» / «иди тусуйся», «иди в лес дрова ищи» и так далее.

По нашему мнению, молодые люди используют в своей речи сленг, во-первых, потому что хотят выделиться, во-вторых, чтобы придать своей речи эмоциональную окраску.

Молодежи, не полностью освоившей свой родной язык, свойственно играть в слова литературного языка, придавая им другой, необычный,

понятный только ей смысл, тем самым создавая «облегченный» вариант языка, который предназначен для общения с ровесниками [5, с. 5].

Высшее учебное заведение, как социальный институт, имеет большие возможности для формирования у современной молодежи морально-этических норм. Именно в студенческом сообществе, в стенах родного вуза, у студента может быть сформировано правильное отношение к русскому языку [4].

Итак, для решения вышеперечисленных проблем, необходимо стараться заинтересовать молодежь историей происхождения и развития русского языка. Найти способы вдохновить молодых людей на изучение особенностей родного языка и речи, привить уважение к русским традициям, литературе, культуре и истории.

Литература

1. Борисова-Лукашенец Е. Г. Современный молодежный жаргон / Е. Г. Борисова-Лукашенец // Русская речь. – 2004. № 5. – С. 51–54.
2. Грачёв М. А. Словарь современного молодёжного жаргона / М. А. Грачёв. – М. : Эксмо, 2006. – 672 с.
3. Емельянова А. Р. Особенности языка современной молодёжи [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://works.doklad.ru/view/5zaSlSTq678.html>
4. Кулина М. С. Языковая культура в молодежной среде. Материалы IV Всероссийской научно-практической конференции с международным участием студентов и аспирантов «Молодежь – будущее России». [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://sites.google.com/site/molodezbuduseerossii/home/molodez-i-obrazovanie/azykovaa-kultura-v-molodeeznoj-srede>
5. Ухова П. С. Структурно-семантические характеристики студенческого сленга (на материале русского и французского языков) / П. С. Ухова. Специальность 10.02.19 – теория языка. – Диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук. – Ярославль. – 2017. – 356 с.

СОВРЕМЕННЫЙ АНГЛИЙСКИЙ СЛЕНГ И ЕГО ВЛИЯНИЕ НА РУССКИЙ ЯЗЫК

*Руденко Мария Викторовна,
студентка IV курса филологического факультета;
Кисель Виктория Сергеевна,
старший преподаватель кафедры теории и практики перевода
ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет
имени Тараса Шевченко»*

Английский сленг является некой подсистемой английского языка. Современный исследователь английского сленга Э. Партридж определяет сленг, как сознательное употребление элементов общелитературного словаря в разговорной речи в чисто стилистических целях: чтобы создать эффект новизны, живости, выразительности [3].

В учебных заведениях традиционно учат классическому, правильному английскому языку, но в то же время такому далекому от жизни. Как и во многих других языках, в английском много сленговых слов и выражений, которые тем самым делают речь более живой и красочной. Незнание этих сленговых выражений зачастую приводит в тупик даже тех, кто знает «классический» английский на высоком уровне.

Вот несколько примеров самого употребляемого сленга. Зная эти выражения можно с легкостью начать понимать носителей языка. Например, часто употребляемое слово “wicked”: It's a wicked shame, her passing so sudden. (Ужасно, ее кончина была неожиданной).

Несложно догадаться, что в этом контексте слово означает буквально «скверно», «ужасно». Но иногда это слово может употребляться и в контексте «Блестяще!» или «Потрясающе!».

Следующее сленговое слово “props”. Его значение – «респект», то есть выражение уважения, признания. Слово происходит от “proper recognition” или же “proper respect” – уважение.

Пример: I know he failed the test, but you've got to give him props for trying. (Пусть он не сдал тест, респект ему за то, что хотя бы попытался).

“Full of beans” – энергичный, заводной. Буквально «полный бобов».

Пример: You're just chock-full of beans today, aren't you? (Я смотрю, ты сегодня в ударе?)

“Piece of cake” дословно: «Кусок пирога», но в сленге имеет значение «легко», «проще пареной репы».

Пример: That job was a piece of cake. (Та работа была пустяковым делом) [1].

Такого рода сленговых слов в английском языке очень много, но теперь хотелось бы рассмотреть то, как в русском языке появляются сленговые слова из английского языка.

Все знают, что сейчас очень распространен интернет-сленг, на следующих примерах мы хотим показать какие же популярные в английском языке сленговые слова перешли и в русский язык интернета. Для того, чтобы найти эти буквенные аббревиатуры и узнать точное их значение, достаточно просто заглянуть в интернет. Использование такого рода сокращений (lol, imho и т.д.) помогает заменить более длинные слова или даже целые выражения и имеет несколько истоков. Например, раньше, когда мобильные телефоны только начали предлагать функцию отправки текстовых сообщений, сообщения были ограничены в длину. В это время люди и придумали такого рода сокращения, чтобы минимизировать стоимость сообщения. Так же и в интернете, чтобы ускорить общение, люди начали использовать аббревиатуры для набора текста.

Вот список самых употребляемых аббревиатур:

- LOL – Laughing out loud (ржу не могу)

“LoL” популярнейшее и широко используемое выражение в интернете. Обычно, таким словом отвечают на смешную шутку или фразу. Просто добавив это сленговое слово можно придать беззаботность и шутливость вашему сообщению.

Пример: LOL, you look like the red-nosed reindeer named Rudolph. Look, your nose is so red.

- BRB – Be right back (скоро вернусь)

Это сленговое слово можно использовать если вы должны отойти от компьютера или не сможете ответить в течение короткого периода времени.

Пример: I will BRB, because now I have an urgent phone call.

- G2G – Got to go (надо идти)

Вам нужно закончить разговор, поэтому используя это выражение вы можете предупредить собеседника о своем уходе.

Пример: Sorry, but your party is so boring for me, I G2G. Please, don't take offence.

- TTYL – Talk to you later (до связи)

Это сленговое слово используется, когда вы прощаетесь с кем-то.

Пример: I will TTYL, bud. All right, but my mom asked me to help her with the washing.

- CYA – See you (увидимся, до скорого)

Используется как прощание.

Пример: I'm glad to CYA one year later. Glad to CYA are doing okay.

- IMHO/IMO – In my humble opinion/in my opinion (на мой взгляд)

Можно использовать “imo” всякий раз, когда вы хотите сказать “на мой взгляд”.

Пример: IMHO, it is a very foolish undertaking to go on date with him.

- SMH – Shaking my head (качаю головой)

Человек, с которым вы ведете диалог в сети посредством сообщений, не может вас увидеть, это сокращение часто используется, когда собеседник говорит что-то странное или сомнительное. “Smh” обозначает “качаю головой от изумления”, а не качаю головой в значении да или нет.

- ROFL – Rolling on the floor laughing (валяюсь на полу от смеха)

Пример: My dad was ROFL because he heard a story how I fell off the bike earlier.

Хотелось бы добавить и то, что последняя фраза широко используется в лексиконе современной молодежи, но более русифицирована и звучит как «рофлить», имея тот же смысл, что и в английском языке.

Такого рода сокращения в данный момент активно используются и русскими, которые, зачастую, даже не знают, как эти слова можно расшифровать, но, тем не менее, подобный сленг присутствует и в нашей современной культуре.

Литература

1. Интернет-журнал skyeng [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://skyeng.ru/articles/55-slov-anglijskogo-slenga>

2. Кротовская М. А. Сленг как часть разговорного английского / М. А. Кротовская // Материалы межвузовской научно-практической конференции Факультета иностранных языков Академии ФСБ "Современные теории и методы обучения иностранным языкам в ВУЗе. – М., 2013. – С. 58–67.

3. Сервис italki.com [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://marketium.ru/lol-lmfao-wtf/>

СЕКЦИЯ 2. ОНОМАСТИКА

Руководитель секции: канд. филол. н., доцент Новикова Ю. Н.

УДК 81'373.215

ПРОИСХОЖДЕНИЕ ТОПОНИМА БЕЛГОРОД

*Чичигин Михаил Владимирович,
магистрант II курса строительного факультета
ГОУ ВПО «Донбасская национальная академия строительства и
архитектуры» и
магистрант II курса института магистратуры
ФГБОУ ВПО «Белгородский государственный технологический
университет им. В. Г. Шухова»;
Новикова Юлия Николаевна,
канд. филол. н., доцент кафедры прикладной лингвистики
и межкультурной коммуникации
ГОУ ВПО «Донбасская национальная академия строительства и
архитектуры»*

Топонимика – раздел ономастики (науки об именах собственных), изучающий географические названия (*топонимы*), их происхождение, смысловое значение, развитие, современное состояние, написание и произношение [1].

В настоящее время изучение истории и топонимии регионов играет важную роль для языка, этнографии, краеведения, что обуславливает актуальность данного исследования.

Целью нашей работы является изучение истории происхождения топонима *Белгород*.

Белгород (историческое название – *Белгород Русский*) – крупный город на юге средней полосы европейской части России, административный центр Белгородской области, которая является одной из основных агропромышленных областей Центрально-Чернозёмного экономического района. Расположен на южной окраине Среднерусской возвышенности, на

берегах Белгородского водохранилища, рек Везёлки и Северский Донец, в 700 км к югу от Москвы, в 40 км от границы с Украиной [2].

Научные споры о происхождении Белгорода ведутся с середины XIX столетия. Период образования города варьируется от времён Киевской Руси X века, или от Хазарского Саркеля, до XI века.

Достоверно же известно, что в конце 1593 года царь Федор Иоаннович приказал строить новые города-крепости для защиты от постоянных набегов крымских татар по пути их следования (от Донца до берегов Оки) и приказал заселить их казаками и ратными стрельцами. Так возникли Белгород, Оскол, Валуйки и другие города Черноземья.

Белгородская крепость была построена в 1596 году. Её строили воеводы, князя Михаил Ноздреватый и Андрей Волконский.

Белгород располагался на мысе Белой (меловой) горы, на правом берегу Северского Донца, омывающего город с востока. С юго-запада от крепости протекал ручей Ячнев (Яснев) Колодезь. Эту крепость сожгли литовские войска под предводительством князя Лыки Лубенского в 1612 году. Новая Белгородская крепость была сооружена в этом же году на левой стороне Северского Донца. Крепость располагалась на территории нынешнего Старого города.

В связи со строительством оборонительных сооружений Белгородской черты в 1646 году по инициативе воеводы и боярина, князя Н. И. Одоевского было принято решение о переносе крепости к Карповскому валу на правый берег Северского Донца у реки Везеницы (Везелица или Везёлка) – это район центральной части нынешнего Белгорода.

Как показывает изученный материал, исторически топоним *Белгород* происходит от сочетания прилагательного «белый» и существительного «город». Следует отметить, что слово «город, град» в русском языке имеет несколько значений, одно из них – «крепость».

Таким образом, «белый город» – 1) крепость, стены которой построены из белого камня; 2) «город на белой (меловой) горе».

В топониме отражено определение «белый», что связано с реальным цветом грунта местности: город находится в центре Мелового Юго-Запада, частично занимает высокую меловую гору, где во второй половине XIX века ежегодно добывалось свыше 1 тыс. тонн мела [4].

Некоторые учёные предполагают, что топоним *Белгород* может быть образован от старорусского слова, которое означает «светло сделанный, сияющий дом»; «дом, несущий свет» [5].

Также летопись сохранила другие названия города: *Белая Вежа* (вежа – шатёр, лёгкое жилище, в ряде источников и восточнославянских языков – башня), *Белоград*, *Белогородье* [3].

Изучение происхождения географических названий не только расширяет сферу научных знаний по лингвистике, этнографии и краеведению, но и даёт возможность осмыслить особенности мировосприятия, историю нашего народа.

Литература

1. Даль В. И. Толковый словарь живого великорусского языка. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://slovardalja.net/view_search.php
2. История Слобожанщины и Белгородского края : учеб. пособ. / под общ. ред. В. В. Овчинникова, Н. Н. Олейника. – Белгород : Белгородская областная типография, 2011. – 334 с.
3. Кичигин В. П., Баранов М. Б. Комплект открыток «Привет из Белгорода» / В. П. Кичигин, М. Б. Баранов. – Белгород : Отечество, 1994.
4. Лаптев А. С. История географических названий Руси / А. С. Лаптев. – М. : Литагент «Научная книга», 2013. – 390 с.
5. Шмелёв Ю. Н. Тайны Белгородского треугольника / Ю. Н. Шмелёв. – М. : Белгородское областное историко-родословное общество, 1990. – 301 с.

ПРОИСХОЖДЕНИЕ ГИДРОНИМА КАЛЬМИУС

*Соколов Дмитрий Геннадьевич,
студент I курса факультета инженерных и экологических систем в
строительстве;
Новикова Юлия Николаевна,
канд. филол. н., доцент кафедры прикладной лингвистики
и межкультурной коммуникации
ГОУ ВПО «Донбасская национальная академия строительства и
архитектуры»*

Ономастика – раздел языкознания, изучающий любые собственные имена [5, с. 135]. Среди них *антропонимы* (личные именованья людей), *оронимы* (названия элементов рельефа земной поверхности), *годонимы* (названия улиц), *дромонимы* (названия дорог), *дримонимы* (названия лесов, садов, рощ), *эргонимы* (названия предприятий, обществ, фирм) и многие другие имена собственные.

Огромный пласт лексики представляют *топонимы* – собственные имена любых географических объектов [5, с. 135].

Один из видов топонимов – *гидронимы* – собственные имена любых водных объектов, природных или созданных человеком [5, с. 46–47].

В последнее время всё больший интерес исследователей вызывают топонимы родного края, в частности история происхождения названий тех географических объектов, которые нас окружают, что обуславливает *актуальность* данной статьи.

Целью работы является изучение истории происхождения гидронима *Кальмиус*.

Кальмиус – крупная река, полностью находящаяся в пределах Донецкого региона, длиной 209 км. Кальмиус впадает в Азовское море. Её исток – склон Донецкого кряжа, недалеко от города Ясиноватая, устье – в городе Мариуполе. На реке Кальмиус стоят города Донецк, Ясиноватая, Мариуполь, Комсомольское. Кальмиус имеет около 20 правых и левых притоков [6].

Огромный вклад в изучение происхождения географических названий Донетчины сделал выдающийся учёный-лингвист, профессор Донецкого национального университета Евгений Степанович Отин. В его научных трудах находим бесценный материал по истории языка.

Е. С. Отин так комментирует первое толкование гидронима *Кальмиус*, которое принадлежит академику Д. И. Яворницкому: "В гидрониме он вполне справедливо видел две значимых части (*Кал* – *миус*), однако неправильно

этимологизировал первую из них, сводя её к тюркскому *кил* – «волос», предлагая, в конце концов, довольно маловероятную этимологию гидронима: «тонкий, как волос, рог». Принять её мешает отсутствие объяснения перехода *и* в *а*" [3, с. 69].

При этом учёный подчеркивает тюркское происхождение гидронима.

Следует отметить, что проникновению тюркизмов на территорию Донетчины способствовали различные внешние факторы: исторические контакты с тюркскими народами (татары, турки и др.), заимствования через брачные отношения, онимизация усвоенных славянскими языками тюркских апеллятивов [2, с. 39].

Как утверждают историки, турки – прародители современных турков, узбеков, казахов и прочих азиатов. Исторически значительная часть этносов, населяющих Евразию, обязаны считать своей прародиной территорию нынешней России – именно там, в Бурятии и Туве, на Алтае и в Южной Сибири (За- и Прибайкалье, озеро Байкал, Саяны) родина тюрков.

Считается, что впервые этноним «тюрк» был письменно употреблен китайцами в своих летописях в 542 году. Спустя 24 года о тюрках как о народности высказались византийцы – тюркским каганом Сильзибулом в 568 году было отправлено посольство к византийскому императору Юстиниану II. Тюркологи истолковывают термин «тюрк» как «твердый», «крепкий».

Тюркские племена были родоначальниками народов, живущих на землях России и Донбасса. Именно здесь были найдены большие выходы камня и каменные изваяния, сделанные тюрками.

Традиция делать каменные изваяния возникла в VII веке у тюркоязычных племен кипчаков, живших тогда в восточной части Великой степи, в районах Алтая и казахского Семиречья. Постепенно двигаясь на запад и на восток, кочевники на захваченных землях тоже устанавливали такие статуи [1].

В. Саханёв выводил происхождение гидронима *Кальмиус* от названия одной из татарских дорог на юге России – Кальмиусского шляха.

В работе В. Фоменко «К топонимике Приазовья» *Кальмиус* рассматривается как лексикализованное тюркское предложное словосочетание «кала Миус», потому что Кальмиус проходит «вблизи большой реки Миус, что и отразилось в его названии».

Однако в тюркских языках, где распространены послелого, элемент *калá* не мог быть препозитивной частью в словосочетании, существование которого допускается. Кроме того, название, реконструируемое как *Миус кала* (не *кала Миус*), носит микротопонимный характер, в то время как *Кальмиус* – довольно значительный линейный географический объект в Северном Приазовье [3].

В системе топонимных названий приазовских степей XVI в. ещё достаточно устойчивым был древнерусский гидроним (*Кала* или *Калка*), но

параллельно с ним начинает употребляться форма *Кальмиус*, о неславянском происхождении которой писал ещё И. И. Срезневский. У памятников XVI–XVII вв. современный Кальмиус (бывшая *Калка*, *Кала*) называется ещё и *Миусом*, что, очевидно, является повторением омонимичного гидронима, который относился ко второй реке Северного Приазовья. В гидронимии Северного Приазовья известны и другие примеры подобного повторения названий, ср. *Берда*, *Бердинка* (*Бердянка*), *Еланчик*, *Утлюк*, *Ялы* и др., которые потом расподобились путём присоединения различных дополнительных определений [3].

У рек *Миуса* и *Кальмиуса* имеется сходство некоторых физических признаков. Они территориально близки, с извилистыми руслами, а самое главное – имеют наличие «углов» в нижнем течении, образованных впадением их крупнейших притоков – Крынки и Кальчика (ср. тюрк. *миус*, *миюз* – ‘угол’, ‘рог’). Также то, что обе реки долгое время входили в сферы жизненных интересов тюркских племён, привело к тому, что название *Миус* становится гидронимным эквивалентом славянской *Калы* и как топонимический «двойник» *Калы* усваивается славянским населением, частично проникая даже в летописные тексты и географические описания данной области. Так, во Львовской летописи есть сведения о том, что в 1556 г. предводитель «черкасс каневских» Михаил Черкашенин (Михаил Еськович) приплыл Миусом с Днепра «под Керец», то есть воспользовался давно известным приднепровским славянам водным путем до Азовского моря по рекам Самаре, Волчьей и Кальмиус (с небольшим волоком между верховьями двух последних рек). Такое же употребление гидронима *Миус* встречается и в «Росписи разъездам путивльских и рыльских станиц» 1571 г. [4].

Возможно, что название *Миус* служит для обозначения современного Кальмиуса и в «распросных речах» «вожа» Никиты Зарубина 1650 г., хотя этот случай не столь доказателен, как предыдущие. И, наконец, на «Карте Польши», составленной в 1703 г. Гильомом Делилем, река Кальмиус ещё носит название *Миус* [3].

Уже в XVI в. в данном районе Северного Приазовья созревают предпосылки для дифференциации омонимичных названий – собственно *Миуса* (гидронима, вероятно, ещё кыпчакско-огузского происхождения) и названия, повторяющего первый гидроним и выступающего в качестве тюркского дублета для обозначения главной реки в бассейне *Кал* (*Калок*). Трудно сказать, когда произошло повторение гидронима *Миус* – в половецкую эпоху или в более поздний период – тюрками, говорящими на кыпчацко-ногайских или степных крымско-татарских диалектах [4].

Е. С. Отин также отмечает, что гидроним *Кальмиус* перешёл в разряд местных географических терминов. *Кальмиусами* рыбаки северного побережья Азовского моря называют заливы, удобные для стоянки рыболовных судов.

Таким образом, гидроним *Кальмиус* имеет древнее тюркское происхождение, что тесно связано с историей Донбасса.

Изучение происхождения географических названий родного края не только расширяет сферу научных знаний по лингвистике и краеведению, но и даёт возможность осмыслить историю своего народа.

Литература

1. Донбасс – край каменных изваяний [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://dongazeta.com/articles/donbass-kraj-kamennyh-izvayaniy/>
2. Новикова Ю. Н. Антропонимия Донетчины : Монография / Ю. Н. Новикова. – Макеевка : ПЦ ДонНАСА, 2017. – 80 с.
3. Отин Е. С. Происхождение географических названий Донбасса / Е. С. Отин. – Донецк : Юго-Восток, 2014. – 199 с.
4. Отин Е. С. Топонимия Донетчины / Е. С. Отин. – Донецк : Юго-Восток, 2013. – 117 с.
5. Подольская Н. В. Словарь русской ономастической терминологии / Н. В. Подольская. – М. : Наука, 1978. – 199 с.
6. Реки и водные ресурсы Донбасса [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://autogear.ru/article/271/280/reki-donbassa-vodnyie-resursyi-donbassa/>

МИКРОУРБАНОНИМЫ НА ПРИМЕРЕ ВНУТРЕГОРОДСКИХ ОБЪЕКТОВ Г. ДОНЕЦКА

*Савушкина Мария Александровна,
студентка II курса строительного факультета;
Назар Роман Николаевич,
кандидат филологических наук,
доцент кафедры прикладной лингвистики
и межкультурной коммуникации
ГОУ ВПО «Донбасская национальная академия
строительства и архитектуры»*

Каждый день в процессе общения люди используют собственные имена – наименования городов, улиц, торговых центров, учебных заведений и т.д. Некоторым именам собственным дают в народе краткие названия, которые используются в повседневном общении даже чаще, чем официальные. Такое преобразование, историю самих имен, влияние на них иностранных языков – все это изучает ономастика, которая получила свой научный статус лишь 30-х годах XX в.

Ономастика исследует историю возникновения имен, их расположение в каком-либо классе онимов и переход из одного класса в другой, распространение по территории, преобразования, табуирование.

Теоретическая ономастика использует различные методы языкознания: сравнительно-исторический, структурный (исследования основ), генетический (устанавливает родство собственных имён), ареальный (выявляет ареалы похожих элементов собственных имён), метод ономастической картографии (создание ономастических карт), региональный (исследование ономастики региона), стратиграфический, сопоставительный (сопоставление собственных имён различных языков), этимологический (применяется с ограничением: выявляется первичное собственное имя), статистический (подтверждает активность моделей и тенденции их развития) [4].

Прикладная ономастика занимается транскрипцией и транслитерацией иноязычных имён, установлением традиционных, переводимых и непередаваемых имён, созданием инструкций по передаче «чужих» имен, образованием производных от иноязычных имён, вопросами наименования и переименования.

В зависимости от языковых особенностей собственных имён ономастика делится на литературную и диалектную; реальную и поэтическую; современную и историческую; теоретическую и прикладную.

Также существует множество направлений, такие, как антропонимика (собственные имена людей), топонимика (названия населенных пунктов), зоонимика (имена и клички животных), теонимика (имена богов) и т.д [2].

Внутри каждого из классов данной науки существуют разветвления на более узконаправленные направления ономастики. Одним из таких является урбанонимия – ответвление топонимии.

Урбанонимия рассматривает собственные имена внутригородских топографических объектов, таких, как название городских площадей, улиц, районов, отдельных зданий. Последнее десятилетие активно создаются словари, однако осмысление неофициальных городских имен разных регионов, их полное описание еще предстоит сделать.

Одним из направлений исследования неофициальных ономастиконов является изучение микроурбанонимов, образованных от прецедентных имен. Под микроурбанонимом подразумевается «неофициальное наименование внутригородского объекта, не зависящее от его размеров и имеющее устную форму употребления» [1].

Рассмотрим неофициальные названия на примере некоторых объектов города Донецка. Как оказывается, у многих улиц, районов и других мест есть свои народные названия. Например, улица Марии Ульяновой – «*Мария*», площадь Дзержинского – «*Пожарка*», Петровский район – «*Петровка*», Пролетарский район – «*Пролетарка*», поселок Октябрьский – «*Октябрь*». Эти названия употребляются настолько часто, что шанс встретить человека, который не знает этих «сокращений», очень мал.

Также существуют менее распространенные: район макаронной фабрики – «*Макаронка*», Макеевский поселок Ханженково – «*Ханжос*», улица Щетинина – «*Щетка*», город Енакиево – «*Еначка*».

Таким изменениям подверглись не только имена улиц и районов, а также зданий, торговых центров, автостанций. Например, торговый центр «Донецк-сити» – «*Ситик*», ресторан Ливерпуль – «*Ливер*», автостанция «Центр» – «*Яма*».

Также неким изменениям подверглись наименования университетов, хотя, некоторые из них упоминают как устаревшие аббревиатуры. Таким образом ДонНУ давно получил кличку «*Национальный*» или «*Нацик*», ДонНТУ – «*ДПИ*», ДонНАСА – «*МИСИ*», ДонНМУ – «*Мед*» [2].

Ономастика является развивающейся наукой, требующей постоянного изучения и систематизации. Рассмотрев донецкий ономастикон, мы пришли к

выводу, что создание словарей городских топонимов необходимо. Неофициальные урбанонимы также заслуживают внимания, так как они создавались и будут создаваться людьми в дальнейшем. Нельзя уделять внимание только каноничным топонимам, народные наименования также важны в дальнейшем изучении ономастики.

Литература

1. Клубков П. А. Разговорные топонимы как явление фольклора / П. А. Клубков, В. Ф. Лурье // Современный городской фольклор. – М. : РГГУ, 2003. – с. 450–459.
2. «Ну шо, зависнем на Голове или покатаемся на клавe?!» Изучаем донецкий сленг [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://dn.vgorode.ua/news/sobytyia/41317/> (Дата обращения: 26. 10. 2018 г.).
3. Отин Е. С. Сленговые собственные имена в онимном пространстве современного русского языка / Е. С. Отин // Ономастичні науки. – 2009. – № (3). – С. 59–63.
4. Подольская Н. В. Словарь русской ономастической терминологии. 2-е изд., перераб. и доп. / Н. В. Подольская. – М. : Наука, 1988. – С. 192.

**ПОЭТИЧЕСКАЯ ОНОМАСТИКА М. А. БУЛГАКОВА
(НА МАТЕРИАЛЕ АНТРОПОНОМИИ РОМАНА
«МАСТЕР И МАРГАРИТА»)**

*Абзалова Яна Альбертовна,
студентка II курса
факультета государственной службы и управления;
Балко Марина Владимировна,
доктор филологических наук, доцент,
профессор кафедры краеведения
ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и
государственной службы при Главе ДНР»*

«Мастер и Маргарита» – главная книга М. А. Булгакова, его «последний закатный роман», вобравший все мотивы, которые автор прорабатывал в раннее созданных произведениях. Этот роман признан одним из самых спорных в мировой литературе, он стал объектом многих исследований (искусствоведческих, литературоведческих, лингвистических и др.). Чрезвычайно интересна и глубока поэтонимосфера главного произведения М. А. Булгакова. Само название романа перекликается с другими известнейшими в мировой литературе произведениями («Ромео и Джульетта», «Тристан и Изольда» и под.) и создано по схеме «Он и Она». Название, таким образом, несёт мотив любовной истории, причём с трагической окраской. Более того, в названии романа М. А. Булгакова замечаем анаграмму (повтор некоторых букв в обеих частях наименования), благодаря чему оно звучит гармонично.

Структура поэтонимосферы «Мастера и Маргариты» обусловлена сосуществованием трех миров: дьявольского, московского и ершалаимского. В романе наблюдается органичное пересечение и переплетение этих миров. Булгаковские антропонимы – пример большой писательской фантазии, глубокой продуманности и сатиричности.

Особенный интерес представляют имена главных персонажей, которые, безусловно, не являются случайными.

Дьявольский мир представлен Воландом и его свитой.

Имя *Воланд* носит персонаж, олицетворяющий потусторонний мир, то есть Воланд – имя самого дьявола. Автору романа, безусловно, были известны схожие по звучанию имена сатаны: Вельзевул (Евангелие от Матфея), Ваал (Ветхий Завет) – что мотивировало выбор имени литературного дьявола. Присутствуя в трёх измерениях, он связывает всех действующих лиц и подталкивает все события.

Азazelло – также неслучайный антропоним. Б. Соколов [2] придерживается мнения, что М. А. Булгаков позаимствовал это имя из

ветхозаветной истории: в «Книге Еноха» упоминается Азазель – демон, падший ангел, совратитель человечества, научивший мужчин военному и оружейному делу. Женщины же с его помощью освоили недостойное искусство раскрашивать лицо (а как мы помним, именно Азазелло передал Маргарите крем, превративший её в ведьму).

Бегемот – большой черный кот. Его имя также связано с библейскими преданиями: он изображался огромного размера с ногами, «как у бегемота» (ср. описания кота в романе: ...*жутких размеров...кот, ...громадный, как боров, черный как сажка* [1]).

Коровьев-Фагот – особо приближённый к Воланду демон, у которого есть как литературные, так и исторические прототипы. Имя Фагот, как убеждён Б. Соколов, дано персонажу за некую схожесть с музыкальным инструментом фаготом. «Фагот – музыкальный духовой деревянный инструмент низкого тембра» [2].

Московский мир представлен множеством самых обычных людей, в том числе главными героями – Маргаритой и Мастером.

Маргарита – чрезвычайно сильная, цельная натура. Любовь предопределяет все её действия, заставляет отказаться от налаженной, размеренной жизни и устремиться в неизвестность. Романтический мотив её имени воплощается и в образе. Известно, что главным прототипом Маргариты послужила третья жена писателя Е. С. Булгакова. В литературном же плане Маргарита М. А. Булгакова восходит к Маргарите И. В. Гёте. Так, золотая подкова (подарок Воланда Маргарите), очевидно, связана с названием трактира «Золотая подкова» у И. В. Гёте (здесь Фауст впервые встречает Маргариту).

Мастер, безусловно, во многом автобиографический персонаж. Его возраст в момент действия романа в точности соответствует возрасту самого М. А. Булгакова в мае 1929 г. Замена имени словом *Мастер* свидетельствует о близости автора и его героя (ср., свои ранние произведения М. А. Булгаков подписывал различными псевдонимами, в том числе *Эм, М. Неизвестный, Незнакомец, Маг* [2]).

Иван Бездомный (Иван Николаевич Понырёв) – поэт, впоследствии становящийся профессором Института истории и философии. Его псевдоним соответствует образу пролетарского поэта, являясь идеологически правильным. Но интересно, что к концу романа М. А. Булгаков именует его *ученик* и *Иванушка* (апелляция к сказочному Иванушке, пребывающему в душевно и умственно расслабленном состоянии).

Ершалаимский мир представлен в первую очередь *Иешуа Га-Ноцри*, являющимся воплощением Иисуса Христа, поскольку судьба этого булгаковского персонажа полностью отражает евангельские события. Иешуа Га-Ноцри несет мотив добра, милосердия и всепрощения. Простота его внешности контрастирует с красотой души (Иешуа Га-Ноцри утверждал, что злых людей нет на свете).

Заметной фигурой ершалаимского среза романа М. А. Булгакова является и Понтий Пилат. Его имя историческое, целиком взятое автором из анналов

истории. Образ Пилата неоднозначный (в нём присутствует мотив трусости, но также и раскаяния, душевных терзаний за то, что отправил на смерть невинного). Более того, Пилат воплощает мотив бессмертия.

В «Мастере и Маргарите» встречаем множество второстепенных, но в то же время очень важных персонажей, с фамилиями которых М. А. Булгаков смело экспериментирует. Таковыми являются, например, антропонимы, составленные из необычного имени и заурядной фамилии (отчества) или, наоборот, заурядного имени и необычной фамилии (отчества): *Алоизий Могарыч, Милица Покобатько, Ида Геркулановна Ворс, Сергей Герардович Дунчиль, Анна Францевна де Фужере* и др. Сочетание русских и заимствованных антропонимов в пределах одной номинации создаёт эффект искусственности, странности, что отражает иронический ракурс авторского освоения действительности.

Многочисленны и персонажи с «говорящими» фамилиями, однозначно характеризующими их носителей (*Богохульский, Глухарёв, Босой, Павианов, Поприхин, Подложная, Пятнашко, Лиходеев, Рюхин, Пролежнев, Куралесов* и др.). Такие антропонимы позволяют легко и быстро сформировать представление об этих персонажах, определить их сущность.

Антропонимия романа М. А. Булгакова «Мастер и Маргарита», как мы видим, глубоко мотивирована его философско-символическим подтекстом. Каждый персонаж является носителем определённых черт и мотивов, что отражается в его имени. Функция булгаковских антропонимов, таким образом, заключается в выражении философских, нравственных и культурно-исторических универсалий человеческого бытия.

Литература

1. Булгаков М. А. Мастер и Маргарита / М. А. Булгаков. – М. : Худ. лит., 1989. – 384 с.
2. Соколов Б. В. Роман М. Булгакова «Мастер и Маргарита». Очерки творческой истории / Б. В. Соколов. – М. : Наука, 1991. – 176 с.

ТОПОНИМИКА И ЕЁ РОЛЬ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

*Бондарь Вадим Сергеевич,
Садовский Артём Никитович,
студенты II курса факультета государственной службы и управления;
Балко Марина Владимировна,
доктор филологических наук, доцент,
профессор кафедры краеведения
ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и
государственной службы» при Главе ДНР*

Изучение имён собственных всегда интересовало лингвистов, как отечественных, так и зарубежных (см. работы А. А. Бурыкина, Р. Коутса, Е. С. Отина и др.). Ономастика (от греч. *onomastikys* – имеющий отношение к названию; имя, наименование) – неотъемлемая часть современного языкознания. Учёные-ономасты исследуют собственные имена, их происхождение, функционирование и трансформирование. Рассматриваемый раздел лингвистики охватывает несколько направлений, соответствующих изучаемым объектам, такие как антропонимия, топонимика, астронимия, космонимия, зоонимия, теонимия [8, с. 16].

Топонимика (от греч. *topos* – место и *onoma* – имя) как отдельное направление ономастических студий ориентировано на исследование географических названий (топонимов), их написания, произношения, семантики, происхождения, развития и современного состояния. Топонимика не является сугубо языковедческой научной отраслью, поскольку результаты топонимических изысканий широко используются в истории, географии и др. дисциплинах [1, с. 361].

Классы топонимов выделяют в зависимости от принадлежности объектов к той или иной географической номинации: от элементов окружающей природной среды (пещер, гор, ландшафтов, лесных или водных объектов) до территориально-административных единиц (областей, городов и внутригородских объектов). Рассмотрим детальнее некоторые из названных классов.

Астионим – наименование города. Чрезвычайный интерес представляет оним *Санкт-Петербург*. За трёхсотлетнюю историю у этого города появилось несколько имён – как официальных, так и символических.

Одно из первых символических наименований Санкт-Петербурга – «Северная Венеция». Оба города (Петербург и Венеция) славятся своими мостами, каждый из которых имеет название и уникальную историю. В XVIII веке по рекам и каналам Санкт-Петербурга ходили гондолы, что и обусловило такое название.

Оним «Петроград», фиксируемый с 1914 по 1924 год, появился благодаря постановлению царя Николая II (наименование «Петербург», имеющее немецкие корни, было заменено на «Петроград», поскольку Россия находилась в состоянии войны с Германией). Несмотря на то, что это название не используется сейчас, оно сохранилось в топографии города (ср., например, Петроградский остров).

Название «Ленинград», появившееся в 1924 году и связанное со смертью Ленина, ассоциируется, в первую очередь, с Великой Отечественной войной и блокадой. Оно было официальным до 1991 года.

Наиболее продолжительный период (с 1703 и до 1914 года) город носил имя Санкт-Петербург в честь Святого Петра, хотя многие ведут название города от имени самого Петра Великого. Это наименование имеет историческое значение, поскольку связано с образованием Российской Империи (с 1712 по 1918 год Санкт-Петербург был её столицей). Отметим также, что исконное название городу вернули в 1991 году [6].

Дримоним – это название леса, рощи или бора. Показательным, на наш взгляд, можно считать наименование полосы глухих непролазных хвойных лесов умеренного пояса – оним «Тайга». Это имя собственное фиксируется в словарях, начиная с середины XIX века. В кодифицированный язык оно проникло из сибирских говоров. Его этимология является спорной [9]. Предположительно, слово «тайга» восходит к алтайским языкам. Однокорневыми считают тюркское слово «*taïḡa*» («крутая горная скала») и турецкое слово «*dağ*» («гора»). В «Опыте областного великорусского словаря» 1852 года лексема «тайга» толкуется как «дикие лесистые пространства в горах». Принято считать, что слово «тайга» заимствовано из якутского языка и переводится как «непроходимый лес» [5].

Географические названия озёр относятся к классу *лимнонимов* [4]. Отдельного внимания заслуживает наименование озера Байкал. Некоторые учёные склонны утверждать, что этот лимноним произошёл от тюркского «Бай-куль» или монгольских слов «Бай галл» («богатый огонь»). Коренные жители Прибайкалья (буряты), как и монголы, называют озеро «Байгал-далай» («байгал» – естественный, природный, «далай» – море). Многие исследователи Байкала обращают внимание на то, что представители коренного населения называют его морем. Так, В. Ф. Дягилев писал, что Байкал, поражающий своими масштабами, невозможно считать озером, ведь озёра в своём большинстве мелкие [3, с. 215]. Таким образом, тюркские народы переняли название «Байкал» от исконных жителей Прибайкалья и придали ему тюркское звучание.

На обозначении гор и других форм рельефа специализируются *оронимы*. Самая высокая вершина планеты Земля имеет несколько наименований в силу того, что Гималаи тянутся через несколько стран Южной Азии: Пакистан, Бутан, Тибет, Индию и Непал. Тибетские монахи называли её Джомолунгма («Богиня-мать Земли»). Миссионеры, которые в XVIII веке прибыли из Франции к подножью Гималаев, отметили её на картах под именем «Ронкбук» (это название носил тибетский монастырь, возведённый на одном из склонов горы). Сагарматха – непальское наименование высочайшей из гор, что переводится как «Небесная вершина». В XIX веке, когда впервые были зафиксированы все

вершины Гималаев, им изначально присвоили порядковый номер (кодированное название). Джомолунгма числилась как «Пик XV». В 1865 году английское Королевское географическое общество приняло решение присвоить Пик XV имя сэра Джорджа Эвереста (в знак преклонения перед его заслугами и в честь 75-летия). Таким образом, для всего мира эта вершина стала Эверестом, что условно можно перевести как «всегда отдыхающий». Наименование «Эверест» получило официальный статус и было признано на международном уровне [2].

В свете изучаемой проблематики актуальным видится высказывание Президента Российской Федерации В. В. Путина от 27 апреля 2018 года. Присутствуя на заседании русского географического общества, Президент счёл целесообразным заявить о необходимости подготовки и издания обновлённого атласа мира, в котором бы содержались проверенные и отвечающие действительности географические названия. «Сфера топонимики, то есть названий географических и других объектов, – отметил В. В. Путин, – в целом нуждается в особом внимании. Сегодня мы сталкиваемся с ситуацией, когда русские названия, которые давали ещё в прошлые века и десятилетия наши исследователи и путешественники, постепенно вытесняются с карты мира» [7]. Данное высказывание подытоживает значимость топонимики для современного общества, а рассмотренные в работе географические номинации наглядно иллюстрируют её особенности. Исследования в этой области играют важную роль в формировании национального сознания, помогают сохранить память об историческом прошлом народов и очертить точные границы их распространения по всему миру.

Литература

1. Ахманова О. С. Словарь лингвистических терминов / О. С. Ахманова. – 2-е изд., стер. – М. : УРСС: Едиториал УРСС, 2004. – 571 с.
2. Всё о горе Эверест [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.everestian.com/gora-everest-ru.html>
3. Гольдфарб С. И. Мир Байкала / С. И. Гольдфарб. – Иркутск : Репроцентр А1, 2010. – 630 с.
4. Классификация гидронимов [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://water-rf.ru>
5. Леса России [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.krugosvet.ru/enc/biologiya/les>
6. Один город, множество имён [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://kudago.com/spb/list/istoricheskie-nazvaniya-sankt-/>
7. Попечительский Совет РГО [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.rgo.ru/ru/sobytiya/popechitelskiy-sovet-0/popechitelskiy-sovet-2018>
8. Суперанская А. В. Теория и методика ономастических исследований / А. В. Суперанская. – М. : ЛКИ, 2007. – 256 с.
9. Тайга России [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://geographyofrussia.com/tajga-2/>

ВЛИЯНИЕ СКАНДИНАВСКИХ ЗАВОЕВАНИЙ НА ФОРМИРОВАНИЕ ТОПОНИМОВ СОВРЕМЕННОЙ ВЕЛИКОБРИТАНИИ

*Борушевская Таисия Сергеевна,
студентка IV курса филологического факультета,
ГОУ ВПО «Луганский национальный университет имени Тараса
Шевченко»;*
*Некрутенко Елена Борисовна,
кандидат педагогических наук,
доцент кафедры теории и практики перевода,
ГОУ ВПО «Луганский национальный университет имени Тараса
Шевченко»*

Ни для кого не секрет, что английский язык состоит из различных заимствований на абсолютно всех уровнях. Основными языками, повлиявшими на становление английского, были латинский, различные скандинавские языки и французский язык. Каждый из них наполнил английский язык своеобразной лексикой, повлиял на грамматику и во многом изменил фонетику. И чтобы осознать важность таких влияний, в нашей статье мы подробнее остановимся на влиянии скандинавских языков.

Эпоха, длившаяся с начала IX вплоть до середины XI веков, ознаменовалась скандинавскими нашествиями, несущими захватнический характер. Викинги (в большинстве своём представители территорий современных Дании и Норвегии) захватили некоторые части Британских островов, образовав так называемый Данелаг (датск. Danelaan, англ. Danelaw) – «область датского права», это территория, расположенная в северо-восточной части Англии, которая отличалась особой правовой и социальной системами, унаследованными от датских викингов, вторгшихся в эти земли в XI веке.

Согласно законам Данелага Англия становилась частью Датской империи и подчинялась ей во всех административных, политических и экономических вопросах вплоть до 1042 года, что, конечно же, повлияло на развитие английского языка. Географически Данелаг подразделялся на четыре крупных региона: Нортумбрия; Область пяти бургов, Восточная Англия, юго-восточная часть Средней Англии.

Примерная граница между Данелагом и англосаксонской территорией проходила в северо-западном направлении от Лондона к Честеру.

Хотя социальная структура регионов Данелага была разной по составу, в целом все его области благодаря своему этническому и социально-правовому своеобразием образовывали единую территорию, резко отличающуюся от остальной Англии [2].

Традиционно принято выделять три этапа скандинавских нашествий:

1) 787–850. Набеги носят грабительский характер, разрушаются многие сооружения, разоряются монастыри с целью собственной наживы.

2) 850–878. Набеги приобретают более продуманный характер и осуществляются, как правило, не для грабежа и улучшения экономического состояния, а для поиска территории постоянных поселений. В IX веке скандинавы захватывают Кентерберии и Лондон, далее обосновываются в Восточной Англии.

3) 878–1042. В конце X века набеги викингов продолжаются. Англия окончательно становится частью Датской империи. И лишь спустя несколько лет после смерти датского короля Кнута ситуация в Англии улучшилась. Скандинавы и англо-саксы, особенно в Мерсии и Нортумбрии, жили в тесном соседстве. В общении они пользовались близкими германскими языками и могли свободно обходиться без переводчика [3].

В итоге скандинавы постепенно смешались с местным англо-саксонским населением. Результатом такого близкого соседства и взаимодействия этих двух народов на территории действия Данелага было заимствование скандинавской лексики английским языком.

В районах тесного проживания скандинавов возникло несколько сотен новых географических названий скандинавского происхождения. Они образовывались путём присоединения исконно скандинавских суффиксов к какой-либо основе слова (как английского, так и скандинавского происхождения). Среди таких суффиксов можно выделить:

- by (ск. byr – селение),
- beck (ск. bekk – ручей),
- thorp (ск. thorp – деревня),
- fell (ск. fjall – гора),
- toft (ск. topt – поместье) и т.д.

Примеры таких названий: Brenceby, Howthorp, Dolby, Lovestoft, Eastthorp и др. Существовал также вариант «наоборот» – сочетание скандинавского имени и английского окончания. Например, Toweton – имя Тове и английское окончание -ton. Считается, что такая форма словообразования была актуальна в случае получения скандинавом земельного надела. В таком случае надел назывался именем его собственника.

Скандинавы, однако, изменили не только лексическую составляющую топонимов британского региона, преобразования произошли и в сфере фонетики – произношение названий приблизило их к скандинавскому варианту. Так, например, Шиптон превратился в Скиптон [1, с. 217].

Таким образом, английский язык претерпел множество преобразований в процессе своего развития. Каждое новое завоевание, необходимость подчинения новым странам, изменение правовой и экономических систем, смешение местного населения с населением завоёвывающих стран – всё это привело к тому, что произошло изменение лингвистического строя английского языка. Словарный запас дополнялся на протяжении длительного периода времени, принимая слова из других иностранных языков, не нарушая своей специфики, оставаясь языком германской группы. Возможно, именно благодаря таким историческим перипетиям английский язык сейчас, в своём завершённом варианте, отличается такой красотой и разнообразием.

Литература

1. Арнольд И. В. Лексикология современного английского языка / И. В. Арнольд. – М. : АспектПресс, 2006. – 217 с.
2. Нормандское завоевание Англии [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://referatbank.ru/market/referat/i/336922/kurosovaya-normandskoe-zavoevanie-anglii.html>.
3. Ягодинская Р. С., Краснова Е. В. Скандинавские заимствования в английском языке [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://econf.rae.ru/pdf/2015/05/4640.pdf>.

О ЧЁМ ГОВОРЯТ НАШИ ФАМИЛИИ

*Казакаускайте Анастасия Юрьевна,
студентка I курса
ГПОУ «Макеевский политехнический колледж»;
Ильина Наталья Александровна,
заместитель директора по воспитательной работе,
преподаватель русского языка и литературы,
ГПОУ «Макеевский политехнический колледж»*

Фамилия – это собственное имя человека, которое указывает на его принадлежность к конкретной семье. Фамилия переходит от поколения к поколению, поэтому является наследственным именованием. Это третий, наиболее поздний по времени возникновения элемент трёхчленной (фамилия, имя и отчество) системы именования русских людей.

Фамилии – неисчерпаемый источник для изучения лексического богатства языка, истории, культуры, менталитета, быта и верований народа определённой этнографической территории, поскольку их значение раскрывает значимую для истории языка и его носителей информацию. Именно поэтому семантика фамилий является одной из наиболее исследуемых категорий науки об именах собственных (ономастики).

Разные аспекты функционирования фамилий исследованы в научных работах А. М. Селищева (монография «Происхождение русских фамилий, личных имён и прозвищ»), А. А. Реформатского, О. Н. Трубачёва, В. А. Никонова, А. В. Суперанской, А. В. Сусловой, В. Д. Бондалетова. Русские фамилии изучали также С. И. Зинин, Л. П. Калакуцкая, Б. А. Успенский, Л. М. Щетинин и другие известные учёные.

Несмотря на высокий уровень теоретической изученности фамилии, анализ научной литературы приводит к выводу о наличии целого ряда проблемных вопросов, ждущих своего решения.

Цель данной работы – установить этимологию и изучить лексико-семантические особенности фамилий жителей Макеевки. Фактический материал статьи составили 28 фамилий студентов I курса ГПОУ «Макеевский политехнический колледж».

Согласно общепринятым в ономастике принципам семантической классификации среди исследованных фамилий можно выделить такие лексические базы:

1) онимы (личные имена): христианские (Кузьменко < Кузьма (греч.)) и иностранного происхождения (Бакиров < Бакир (араб.));

2) топонимы (географические названия): Каширин < Кашира;

3) апеллятивы (прозвища, которые изначально идентифицировали людей по профессиональным, социальным, религиозным признакам и т.п.): Дутов < дутый, Слабухин < слабый, Цырульников < цырульник.

Фамилии, образованные от славянских имён и гидронимов (названий водных объектов) в исследуемой группе не представлены.

Фамилий, образованных от имён (отымённых) в списке исследуемых 10, что составляет 35,7%. Популярными во время возникновения фамилий христианские имена послужили лексической базой для следующих фамилий:

Агеев < Аггей (древнеевр.), «торжественный, праздничный».

Гаврилюк < Гавриил (древнеевр.), «божественный воин».

Игнатов < Игнатий (лат.), «неведомый».

Кузьменко < Кузьма (греч.), «мир, порядок, мироздание».

Павличенко < Павлик (разг., уменьшительная форма от Павел) < Павел (лат.), «малый».

Таран < Тарас (греч.), «волнующий», а также «бунтарь», мятежник».

Ходосевич < Ходосей (укр.), аналог русского имени Федосей, имеющего церковную форму Феодосий (древнегреч.), «данный богом». Имеет место характерное для украинского языка чередование согласных звуков [ф] и [х].

От иностранных имён образованы такие фамилии:

Бакиров < Бакир (араб.), «обучающийся, изучающий; достигающий», «рано созревший, быстро выросший».

Бовин < Бова (тюрк.-калмыц.), основана на имени литературного персонажа из известной повести «О Бове-королевиче», заимствованной из средневекового рыцарского романа Буово д'Антони.

Дердель < Дерда (пол.), «третий».

К оттопонимным принадлежат фамилии, в структуре которых имеется основа топонима (названия населённого пункта). Такие фамилии являются одним из характерных средств идентификации лица по месту его жительства или происхождения. Такая фамилия в списке исследованных 1 (2,8%). В основе фамилии Каширин ойконим Кашира:

Каширин < Кашира, город под Москвой. Каширин восходит к прозвищу предка, которое указывало на место службы или прежнего жительства. Название города в основе своей содержит южнорусское слово «кашира», имеющее значение «загон для скота, хлев».

Возможно, указание на место проживания или происхождения основателя рода содержится также в фамилии Смолий (ойконим Смоленск).

Фамилии, чьей лексической базой послужили апеллятивы (отапеллятивные), по происхождению являются семейными прозвищами. В списке исследуемых их 16, что составляет 57,1%: Бирюков, Бондарь, Бондаренко, Воробьёв, Гелюх, Дутов, Дюмин, Макрушин, Мосолов, Пугач, Слабухин, Смолий, Цуканов, Цырульников, Черняк, Шаповал. Есть основания их объединить в такие лексико-семантические группы:

1) фамилии, образованные от названий лиц по роду занятий, виду деятельности, профессии:

Бондарь, Бондаренко < бондарь, бочар – ремесленник, выделявающий бочки и другую оброчную посуду.

Дюмин < дюмок, цедилка, пропускающая сок через жжёную, молотую кость (в стекловаренном промысле). Прозвище Дюма мог получить стекловар.

Смолий < смола. Основатель рода Смолий мог заниматься добычей смолы. Кроме того, прозвище Смолий могло указывать и на особенности внешности предка: возможно, он был смуглый, черноволосый. Не исключено также, что такое прозвище славяне могли дать и жителю Смоленска, одного из древнейших русских городов. Существуют разные версии, объясняющие этимологию самого топонима. Одна из них связывает его с занятием жителей: здесь купцы, плававшие «из варяг в греки» и «на грек в варяги», ремонтировали (смолили) лодки. Таким образом, фамилия Смолий является полисемантической, поскольку её происхождение может быть связано не только с апеллятивом, но и с топонимом.

Цырульников < цырульник, владелец, хозяин цирюльни, парикмахер, брадобрей.

Шаповал < шаповал, мастер по обработке шерсти. Шаповал изготавливал войлок, кошму, валенки, шапки и другие изделия. Прозвище состоит из двух корней – «шап» (сохранившегося в слове «шапка») и «вал» (от глагола «валять»).

2) фамилии, образованные от названий лиц по их внутренним признакам (характеру, поведению):

Бирюков < бирюк, волк-одиночка, живущий вне стаи, прозвище одинокого и угрюмого человека.

Воробьёв < воробей, маленькая серо-коричневая птичка. В дохристианские, языческие времена на Руси наречение ребёнка прозвищем, представляющим собой название птицы, зверя или растения, было традиционным. Древнерусский человек, живший по законам природы, сам представлял себя частью природы. Давая младенцу такое прозвище, как Воробей, родители хотели, чтобы природа воспринимала ребёнка как своего, чтобы к нему перешли те полезные качества, которыми наделён избранный представитель животного или растительного мира. Возможно также, что

человека прозвали Воробьём за внешнее (миниатюрность, худоба, низкий рост) или поведенческое (проворность, ловкость) сходство с этой птицей.

Гелюх < гелюх, по одной из версий, восходит к украинскому слову «гільце» – обрядовое дерево украинской свадьбы, которое украшается цветами, ягодами, лентами и стоит на столе в течение всей свадьбы. Так могли назвать человека, придающего большое значение своему внешнему виду, одежде, богато украшающего себя. Возможно также, что прозвище было дано человеку, связанному с организацией и проведением свадеб. Маловероятно, но не исключено, что прозвище Гелюх имеет тюркское происхождение и ведёт свое начало от татарского слова «гел», т.е. «всегда, всё время». В таком случае прозвище Гелюх мог получить постоянный, верный своим принципам и убеждениям человек.

Пугач < пугач, большой ушастый филин, пугающий своим криком, огородное пугало, кроме того пугач – это оружие. А прозвище мог получить изготовитель такого оружия. Видимо, предок, получивший прозвище Пугач, обладал такими чертами характера, как пугливость, боязливость. Возможно, наоборот, это он заставлял бояться других, пугал их своим буйным нравом или какими-то внешними особенностями.

Слабухин < слабуха, от прилагательного «слабый». Скорее всего, Слабухой называли хилого человека, который часто болел, либо худого, немощного мужчину. Не исключено, что прозвище Слабуха указывало и на черты характера личности: неуверенность, несамостоятельность. Согласно другой версии, фамилия Слабухин образована от мирского имени Слабуха. Согласно обычаю, существовавшему на Руси, подобные имена присваивались детям с целью отвращения злых сил. Для того чтобы не искушать судьбу и отвести зло, детям давались имена со значением, прямо противоположным тому, что ожидали или желали родители для детей. В данном случае, надеясь иметь здорового, решительного, независимого мальчика, родители назвали его Слабухой.

3) фамилии, образованные от названий лиц по их внешним признакам:

Дутов < дутый, которое восходит к глаголу «дуть», что означает «усердно работать; силиться, жилиться». Однако в некоторых говорах Дутым называли спесивого, надменного или полного, пухлого человека. Кроме того, выдувание применялось в стекольном (стеклодувном) деле, а также при выкачивании мёда из сот. Таким образом, прозвище Дутый могло указывать не только на характер, но и на ремесло, род занятий человека.

Мосолов < мосол, большая кость, одна из круглых костей. Такое прозвище мог получить худощавый человек, с выпирающими костями. Также Мослом могли называть мелкого торговца, перекупщика холста, а в тверском и новгородском говорах – попрошайку. Кроме того, существует версия, согласно

которой фамилия Мосолов ведет свое начало от турецкого «mosyl» – «доставляющий до места». Следовательно, прозвище Мосол могло быть присвоено и курьеру, проводнику.

Цуканов < цукан, представитель тех говоров, в которых «цокают», т. е. вместо звука [ч] произносят [ц]. Такая манера говорить распространена на Русском Севере. Таким образом, фамилия Цуканов содержит информацию не только об особенностях речи предка, но и о месте его жительства.

Черняк < чёрный, прозвище смуглых, черноволосых людей. Кроме того, прилагательное «чёрный» в старину часто употреблялось в значении «злой», «плохой» или «платящий подати, выполняющий повинности».

4) фамилии, образованные от названий лиц по месту их проживания:

Макрушин < мокруша, человек, вымокший под дождём, в луже или в водоёме. Скорее всего, такое прозвище связано с местом жительства. Возможно, это был выходец из заболоченной местности, расположенной в низине. Также не исключено, что Мокрушей называли человека, имевшего склонность к хмельным напиткам. Однако в основу прозвища могло лечь дохристианское имя Мокруша. Такое имя мог получить ребёнок, родившийся в сырую погоду или же в Макринин день (19 июня) или на Мокия мокрого (11 мая). Также имя Мокруша могло быть связано с народным названием растения лютик. Замена корневого [о] на а могла произойти или из-за ошибки писаря или из-за акающего говора.

Как видно, значительная часть фамилий имеет 2 и более версии происхождения. В наше время не представляется возможным узнать, какая из них легла в основу фамилии в каждом конкретном случае. Тем важнее для нас сохранить богатое культурное наследие предков.

Современные исследователи называют суффиксацию одним из самых актуальных способов создания антропонимии. В научной литературе определены особые суффиксы, указывающие на наследственность, т.н. патронимические форманты. К ним принадлежат: -ович/-евич, -ич, -ук/-юк, -чук, -ак/-як, -ов/-ев, -ин, -енко, -онок, -ец и др. [3, с. 141].

Патронимические восточнославянские суффиксы -ов/-ев изначально были в притяжательных прилагательных, образованных от личных имён: Агеев, Игнатов, Бакиров, Бирюков, Воробьёв, Дутов, Мосолов, Цуканов, Цырульников. Притяжательные образования с суффиксом -ин также стали фамилиями: Бовин, Дюмин, Макрушин, Слабухин, Каширин.

Патронимическим суффиксом -енко, который имеет значение «сын кого-то», оформлены фамилии: Кузьменко, Павличенко, Бондаренко. С таким же значением функционируют суффиксы -ук/юк: Гаврилюк.

Словообразовательный анализ фамилий даёт основания утверждать, что исследуемые фамилии образованы морфологическим способом (создание

новых фамилий с помощью новых формантов) и семантическим (переход апеллятивов, индивидуальных прозвищ и личных имён в фамилии без каких-либо дополнительных средств словообразования). К первой группе можно отнести фамилии: Агеев, Бовин, Воробьёв, Игнатов, Каширин, Павличенко, Цуканов, Бакиров, Бирюков, Бондаренко, Гаврилюк, Дутов, Дюмин, Кузьменко, Масолов, Макрушин, Слабухин, Ходосевич, Цырульников (19, 70%). Ко второй – такие: Бондарь, Гелюх, Дердель, Пугач, Шаповал, Смолий, Таран, Черняк (8, 30%).

Особняком стоит фамилия литовского происхождения Казакаускайте. Это женская фамилия, образована она от отцовской, при трансформации употреблён суффикс -айт- и окончание е-: Казакаускайте < Казакаускас. В литовском языке есть слово «казак», но является ли это слово в знакомом нам лексическом значении основой для фамилии, её носителям неизвестно.

Таким образом, мы выделили три основные группы фамилий – образованные от личных имён, топонимов, апеллятивов. Наиболее широко среди исследуемых представлена лексико-семантическая группа фамилий студентов-первокурсников Макеевского политехнического колледжа, образованных от апеллятивов и личных имён. Изучение этимологии и структуры фамилий позволило нам окунуться в народный быт времён возникновения фамилий, проследить живые истории семей, сохранить память о наших далёких предках.

Литература

1. Бондалетов В. Д. Русская ономастика / В. Д. Бондалетов. – М.: Просвещение, 2016. – 114 с.
2. Кобозева И. М. Лингвистическая семантика / И. М. Кобозева // Просвещение. – М. 2000. – 352 с.
3. Новикова Ю. М. Прізвища Центральної та Східної Донеччини: лексико-семантична та словотвірно-структурна специфіка / Ю. М. Новикова / За заг. ред. д-ра філол. н., проф. Т. Ю. Ковалевської. – Монографія. – Донецьк: Норд-Прес, 2009. – 210 с.
4. Суперанская А. В. Современный словарь личных имён / А. В. Суперанская. – М.: Айрис Пресс. – 376 с.
5. Федосюк Ю. А. Что означает ваша фамилия / Ю. А. Федосюк. – М.: Флинта, 2012. – 136 с.

**СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ УПОТРЕБЛЕНИЯ
ТОПОНИМОВ В РАССКАЗЕ ЭРНЕСТА ХЕМИНГУЭЯ
«СНЕГА КИЛИМАНДЖАРО»**

*Кашкарева Алина Ивановна,
ученица 10 класса;
Прилуцкая Мария Ивановна,
специалист I квалификационной категории,
учитель английского и немецкого языков
МОУ «Шахтёрская средняя школа №2».*

Под топонимом обычно понимают обозначающее название географического объекта имя собственное. Согласно Оксфордскому словарю, топоним есть название определенного географического объекта.

Целью данной работы является изучение стилистического аспекта функционирования географических имен собственных в рассказе Эрнеста Хемингуэя «Снега Килиманджаро» посредством наблюдения и описания выявленных особенностей изучаемого явления.

Каждый топоним несет разнообразную информацию: историческую, географическую, лингвистическую, так как географические названия – это свидетельства исторических условий эпох, когда они возникали, формировались и распространялись в тех или иных странах.

Топонимика исследует имена собственные, обозначающие названия географических объектов, их происхождение, развитие, современное состояние, написание и произношение.

В современной лингвистике существует две классификации топонимов: а) по типу обозначаемых географических объектов; б) по структуре.

Согласно первой классификации выделяют следующие виды топонимов: гидронимы, оронимы, ойконимы, урбанонимы, макротопонимы, микротопонимы и антропотопонимы [1, с.54].

Гидронимы – названия водных объектов (рек, озёр, морей, заливов, проливов, каналов и т. п.).

Оронимы – названия гор (the Grampians, Pennines).

Ойконимы – названия небольших населённых мест. К ним относятся деревни (Cuxton, Buttsole) и города (Crayford, Earlswood).

Урбанонимы – обозначают названия внутригородских объектов.

Макротопонимы – это имена собственные, обозначающие названия крупных географических объектов. Прежде всего, это названия стран или исторической области, провинции.

Согласно структурной (морфологической) классификации топонимы делятся на 4 типа: а) простые, б) производные, в) сложные, г) составные.

Количество простых топонимов значительно уступает количеству сложных и составных, многие названия перешли из других языков и воспринимаются как чистая основа. Они состоят только из корневого слова без каких-либо служебных формантов: Comb, Barrow, Down, Stall, Moor и т.д. Более распространены производные топонимы. Они образуются при помощи присоединения к корню морфологического признака-аффикса: Stanton, Kingston, Birmingham, Scarborough и т.д. К третьему типу относятся сложные топонимы. Они состоят из двух морфем, которые выступают в качестве основы топонима: Blackpool, Brentside, Wallingwells, Whitbarrow и т.д. Составные топонимы представляют собой словосочетание, состоящее из двух и более частей речи: Cold Harbour, Standing Stone, Barton-under-Needwood, Black Notley и т.д. [2, с. 36]

Анализ топонимов на примере художественного произведения Эрнеста Хемингуэя «Снега Килиманджаро» [3, с. 45–55].

Kilimanjaro (Килиманджаро) – высочайший потухший стратовулкан Африки, находящийся на северо-востоке Танзании. Данный ороним использован, чтобы показать сложность жизненного пути героя и отдаленность места событий в рассказе.

Africa (Африка) – второй по площади материк после Евразии. Макротопоним упоминается, чтобы показать отдаленность места событий.

Paris (Париж) – столица Франции, административный центр региона Иль-Де-Франс. Так как топоним Париж ассоциируется с романтикой, тут происходит описание истории любви главного героя.

Hungary (Венгрия) – страна в Центральной Европе со столицей в Будапеште. Упомянута в связи с охотой и лесами. Макротопоним использован в качестве противопоставления отдаленной Африке.

Old Westbury (Олд Уэстбери) – богатая деревня в округе Нассау, штат Нью-Йорк. С помощью данного ойконима автор делает акцент на богатстве партнерши главного героя.

Saratoga (Саратога) – город в штате Нью-Йорк. Palm Beach (Палм-Бич) – курортный город во Флориде. Эти ойконимы указывают на отдаленные друг от друга местности, и подчеркивают, что любовница главного героя проживала и имела там друзей. Автор хочет показать различия в положении пары.

Karagatch (Карагач) – город к северо-востоку от Греции. Thrace (Фракия) – историческая и географическая область на востоке Балкан. Данные места упомянуты, чтобы убедить читателя в реальности происходящих событий (участие главного героя в Первой мировой войне).

Anatolia (Анатолия) – полуостров на западе Азии, срединная часть территории современной Турции. Данный топоним используется для подтверждения достоверности описываемых событий.

Schwarzwald (Black Forest) (Шварцвальд; нем. – чёрный лес) – гористый регион на юго-западе Германии на границе с Францией. Составной топоним. Triberg (Триберг) – город в Германии, в земле Баден-Вюртемберг. Данные

топонимы описывают пространство, в котором происходит событие из прошлого главного героя.

Rue Cardinal Lemoine (фр.) – наименование улицы в Париже. Rue Mouffetard (фр.) – наименование улицы в Париже. Урбанонимы использованы для акцента на реальности излагаемых событий.

Pantheon (Пантеон) – «храм всех богов» в Риме, памятник центрическо-купольной архитектуры периода расцвета архитектуры Древнего Рима. А также архитектурно-исторический памятник, образец французского классицизма в Латинском квартале 5-го округа *Парижа*. *Урбаноним усиливает достоверность изображаемого в рассказе.*

Arusha (Аруша) – город на севере Танзании. Топоним использован для описания пространства событий.

Long Island (Лонг-Айленд) – низменный остров в Атлантическом океане вблизи устья реки Гудзон на северо-востоке США. Составной топоним показывает возвращение героини во сне к прежней жизни.

Стилистически маркированные топонимы используются авторами для характеристики персонажей как прямо, так и опосредованно. Служат своего рода эпитетами или через перечисление выражают отношение автора к описываемому объекту, к его истории (жизни персонажа), могут помогать в создании реалистичной атмосферы описываемых событий, придают им некоторую колоритность. В целом топонимы являются выразительными средствами языка.

Таким образом, изучив рассказ Эрнеста Хемингуэя «Снега Килиманджаро», мы можем прийти к выводу, что автор использовал топонимы в тексте для убеждения читателя в реальности происходящего, подчеркивания отдаленности места событий, описания пространства, акцента на сложности жизненного пути главного героя. По типу обозначаемых географических объектов преобладают макротопонимы, урбанонимы и ойконимы. По структуре встречаются топонимы всех четырех видов: простые, производные, сложные, составные.

Литература

1. Никонов В. А. Введение в топонимику / В. А. Никонов. – Изд. 2-е. – М. : Изд-во ЛКИ, 2011. – 184 с.
2. Подольская Н. В. Словарь русской ономастической терминологии / Н. В. Подольская. – М. : Наука, 1978. – 199 с.
3. Димент А. Л. Короткие рассказы. Книга для чтения в X кл. школ с преподаванием ряда предметов на англ. яз. / Сост. А. Л. Димент. – М. : Просвещение, 1976. – 144 с.

ЭРГОНИМЫ СОВРЕМЕННОГО ГОРОДА

*Судникович Екатерина Владимировна,
студентка II курса Института учета и финансов;
Колесниченко Людмила Владимировна,
старший преподаватель кафедры лингводидактики
ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики
и торговли им. Михаила Туган-Барановского»*

В современной лингвистике имена собственные различных объектов действительности привлекают пристальное внимание ученых. Связано это, в первую очередь, с их словообразовательными особенностями, спецификой функционирования в рамках дискурса, когнитивным потенциалом, трудностями перевода, реализацией механизмов языковой игры и метафористики. Эргонимы стали объектом изучения языкознания лишь во второй половине XX в. Первые исследования по собственным именам комплексных объектов в отечественном языкознании принадлежат Л. М. Щетинину, Г. А. Золотовой, Б. З. Букчиной, А. В. Суперанской. Термин «эргоним» был предложен Н. В. Подольской в 1988 г. В настоящее время эргонимика XXI в. является постоянно изменяющейся и расширяющейся областью ономастики [1, с. 58]. Актуальность исследования обусловлена быстрым ростом образования эргонимизмов и, вследствие этого, новыми методами осуществления прагматической функции эргонимов, образованием новых форм воздействия на реципиентов.

Имя организации, фирмы или предприятия является самым заметным и устойчивым элементом взаимосвязи между продуктом и потребителем. Оказывая воздействие на целевую аудиторию, название заставляет покупателя отдавать предпочтение определённым маркам и компаниям. Как правило, эргонимы представляют собой имена собственные, не имеющие непосредственной связи с понятием, но вызывающие различные ассоциации и несущие в себе большое количество самой разнообразной информации.

Выделяют такие основные функции эргонима [2, с. 41]:

- информационная функция. Создателю названия компании следует понимать, что продуктом его творчества является в первую очередь сообщение, предоставляющее минимальную информацию об объекте номинации.

Для примера используем названия турагентств: «Вояж», «ИннаТур», «Спутник», «По всему свету»;

- воздействующая функция эргонима. Прямому указанию на объект номинации (например, туристическую фирму) нередко предпочитается

название, которое опосредованно сообщает о виде услуг, предлагаемых компанией.

В эргонимии выделяют следующие основные способы языкового манипулирования, к которым прибегают предприниматели [3, с. 58]:

1. Ассоциативный способ манипулирования. Данный способ основан на создании наименований, вызывающих положительные ассоциации: туристическое агентство «По всему свету», магазин канцтоваров «Золотое перо», магазин женской одежды «Элегант», студия мебели «Авангард».

2. Способ завуалированной мотивации, стимулирующий клиента к покупке или использованию предлагаемых услуг: парикмахерская «Чуб-Чик», стоматология «Улыбка», магазин промтоваров «Чистый дом».

3. Подчеркивание качества оказываемых услуг и ценовой политики компании. Этот признак реализуется с помощью лексем «люкс», «элит», «эконом», варваризмов «бэст», VIP и др.: такси «Эконом», магазин «Люкс», магазин парфюмерии «Элит».

4. Скрытые сравнения: 1) указание на первенство образования компании: Первая обувная фабрика, Первая инвестиционная компания; 2) актуализация новизны предлагаемых товаров и услуг: «Новые бриллианты Сибири», «Новые окна»; 3) обозначение позиции фирмы на рынке: автосалон «Престиж», магазины автозапчастей «Лидер»; 4) эргонимы, вызывающие уверенность у потенциальных клиентов в качестве товара или услуг: магазин кровельных материалов «Надежная крыша», кафе «Вкусно как у бабушки», мебельный салон «Комфорт», дизайн-студия «Уют».

Ниже представлена классификация эргонимов, которая состоит из следующих мотивационных установок [4, с. 214]:

1. Информативность. Прямое обозначение сферы деятельности: «Шкафы-купе», «Наружная реклама», «Столярная студия», «Оргтехника и сервис».

2. Доступность. Имеется в виду, прежде всего, ценовая политика фирмы: магазин одежды «Смешные цены», магазин «Народный».

3. Принадлежность к определенной группе. Сюда относятся эргонимы, мотивированные принадлежностью потенциального потребителя к той или иной возрастной, половой, социальной и другим группам: магазины детской одежды «Малыш», магазин канцелярских товаров «Школьник», аптека «Доктор Пилюлькин».

4. Эстетика восприятия. Важно, чтобы эргоним вызывал только положительные эмоции, для чего должен быть благозвучным, понятным, иметь благоприятные ассоциации: ресторан «Вдохновение», кафе «Бархатная роза», магазин «Гармония».

5. Возможность выбора. Данный мотивировочный признак подразумевает широту ассортимента: «Все для здоровья», «Посуда со всего света», «Мир обуви».

Таким образом, процессы глобализации и развитие рыночных отношений оказали значительное влияние на ономастическое пространство крупных городов. Появились владельцы торговых объектов, которые в условиях рыночной экономики и жёсткой конкуренции, стремясь привлечь клиента, начали выбирать такие названия для своих предприятий, которые были бы не похожи на другие, запоминались и одновременно служили рекламой заведению. Имя-название – обязательная составляющая любого бренда, поскольку нет ни одного продукта или компании, которые функционировали бы безымянными.

Литература

1. Алиева Г. Н. Эргонимы современного русского языка в лексикографическом аспекте / Г. Н. Алиева, Ф. Ф. Алистанова // Научное мнение. – 2011. – №3. – С. 7–11.

2. Амирова Р. М. Эргонимы, связанные со сферой обслуживания и торговлей, как часть эргонимического пространства г. Казани XVII – начала XX вв. / Р. М. Амирова // Язык. Словесность. Культура. – 2012. – №1. – С. 33–46.

3. Кайгородова И. Н., Курбанова, М. Г. К вопросу о функции языкового воздействия эргонимов / И. Н. Кайгородова, М. Г. Курбанова // Гуманитарные исследования : журн. фундаментальных и прикладных исследований. – 2012. – № 1(41). – С. 25–29.

4. Курбанова М. Г. Эргонимы современного русского языка в коммуникативно-прагматическом аспекте / М. Г. Курбанова // Гуманитарные исследования: журн. фундаментальных и прикладных исследований. – Астрахань : АГУ, 2012. – Лг2 1(41). – С. 29–35.

ПРОИСХОЖДЕНИЕ ФАМИЛИЙ

*Насонова Мария Александровна,
ученица 11 класса;
Смоленская Анна Михайловна,
учитель русского языка и литературы
МОУ «Школа №133 г. Донецка»*

Многие люди стали интересоваться своими предками, составлять фамильные (генеалогические) древа. Ведь так важно для каждого ощутить себя не отдельной личностью, а частью целого рода.

Актуальность темы нашего исследования заключается в историческом характере соответствующей проблематики, в частности необходимости исследования происхождения наиболее распространенных фамилий.

Целью работы является изучение истории происхождения русских фамилий (на материале фамилий учащихся нашей школы).

Достижению поставленной цели способствует решение следующих *задач*: 1) ознакомиться с историей происхождения фамилий наших предков; 2) изучить происхождение своей фамилии и фамилий моих одноклассников; 3) провести опрос среди одноклассников и учащихся 9-го класса, чтобы выяснить, знают ли они значение своих фамилий и их происхождение.

Происхождение большинства фамилий объяснить нелегко даже учёным, а бывает и вовсе невозможно. Особенно коварны фамилии, кажущиеся самыми простыми: *Соколов, Волков, Сметанин, Соболев*. На первый взгляд они совершенно прозрачны: «Ну конечно, от хорошо известных нарицательных *сокол, волк, сметана, соболь*». Более глубокое изучение говорит о том, что сначала эти имена нарицательные стали соответствующими прозвищами, которые давали с охранной целью, по роду деятельности и др., а лишь после этого – фамилиями.

Важна история фамилии: где распространена, в какой социальной среде, насколько часто используется? Объяснить значение слова, от которого произошла фамилия, – не единственная и не самая важная задача. Здесь важны процессы словообразования, диалектные и исторические черты лексики и фонетики и др.

Для изучения происхождения фамилий мы использовали «Словарь русских фамилий» В. А. Никонова, «Собрание славянских личных имён»

М. Морошкина и «Толковый словарь живого великорусского языка» В. И. Даля.

Мы провели исследование среди учащихся 9-х и 11-х классов нашей школы. Нами была разработана анкета, по результатам которой мы получили сведения о том, что известно носителям о значении и происхождении собственных фамилий.

Были получены следующие результаты: из 35 опрошенных учащихся только 6 человек знают историю возникновения и значение своей фамилии. Преимущественно это фамилии славянского происхождения (*Кутелева, Волощук, Губик, Зиновкина, Колесниченко, Короткова, Бурлачка*), хотя встречаются и заимствованные (*Тахиров, Аглямов, Чечетенко* и др.).

Многим из опрошенных не составило труда найти производное слово, например, *Зиновкина* – Зина, Зиновий; *Бурлачка* – «бурлак»; *Кошеленко* – «кошель»; *Кравченко* – «кравец» и т. д. Но были и такие фамилии, которые сложно объяснить: *Губик, Ретинская, Чечетенко, Писко*. По нашему мнению, это связано с тем, что фамилии имеют заимствованные корни или связаны с именами нарицательными, которые не используются в настоящее время.

В ходе исследования мы столкнулись с тем, что некоторые учащиеся имеют одинаковые фамилии и имена: *Дарья Крикун* (ученица 2-го класса) и *Дарья Крикун* (ученица 3-го класса), при этом не являются родственниками. В выпуске прошлого года в одном классе обучались однофамильцы *Кинчевская Ольга* и *Кинчевский Никита*. С учётом небольшого количества обучающихся в школе (242 человека) эти явления представляют интерес для исследования.

Насколько же распространены эти фамилии? Что они означают?

По версиям многих популярных интернет-изданий обе фамилии не входят в 500 популярнейших русских фамилий.

Фамилия *Кинчевский* ведет свое начало от прозвища *Кинча*, которое, вероятнее всего, образовано от украинского слова «кінчати» – «заканчивать, доводить до конца». Можно предположить, что такое прозвище мог получить исполнительный, ответственный человек, который всегда заканчивал начатое.

Фамилия *Крикун* восходит к прозвищу *Крикун*. В лексике древнерусских говоров слово «крикун» означало «крикливый человек», а также «отчаянный спорщик». Следовательно, *Крикуном* прозвали либо капризного ребёнка, либо взрослого мужчину, любителя поспорить.

Вызывает интерес и исследование собственной фамилии *Насонова*. По одной из версий, предок Насоновых получил данную фамилию от прозвища *Насон* по внешним характеристикам.

По другой версии, *насон* – это народное название дикого мака, который исстари употребляли как средство от сглаза, порчи, скорби и дурных мыслей.

Это имя нарицательное могло стать прозвищем человека, который был народным целителем.

Существует ещё одна версия, согласно которой *Насон* – это вариантное написание имени *Асон*. Основанием для такой версии стал тот факт, что в древних документах имя *Насон* часто записывалось рядом с церковными именами. *Асон*, в свою очередь, может являться разговорным вариантом крестильного православного имени *Ясон*.

Таким образом, изучение происхождения фамилий важно для современного человека. Знание истории возникновения собственной фамилии позволяет гордиться своим родом.

Литература

1. Даль В. И. Словарь живого великорусского языка в 4 т. / В. И. Даль. – М. : «Русский язык», 1981. – 699 с.
2. Морошкин М. Славянский именослов, или собрание славянских личных имен в алфавитном порядке / М. Морошкин. – СПб. : [Б. и.], 1867. – 321 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://znanium.com/>
3. Никонов В. А. Словарь русских фамилий / В. А. Никонов. – М. : Школа-пресс, 1993. – 222 с.
4. Суперанская А. В., Суслова А. В. Современные русские фамилии / А. В. Суперанская, А. В. Суслова. – М. : Наука, 1981. – 176 с.

СЕКЦИЯ 3. ЯЗЫК КАК ОТРАЖЕНИЕ ДУХОВНЫХ И ЭТНОКУЛЬТУРНЫХ ЦЕННОСТЕЙ

Руководитель секции: канд. филол. н., доцент Чернышова Л. И.

УДК 801.81(510)

НАЦИОНАЛЬНОЕ СВОЕОБРАЗИЕ КИТАЙСКОГО ФОЛЬКЛОРА

*Кострюкова Татьяна Денисовна,
студентка II курса экономического факультета;
Чернышова Лариса Ивановна,
кандидат филологических наук,
доцент кафедры «Прикладная лингвистика и межкультурная коммуникация»
ГОУ ВПО «Донбасская национальная академия строительства и
архитектуры»*

Китай – одна из древнейших стран мира. Китайский народ на протяжении многих веков накапливал жизненный опыт, чтобы передать его своим потомкам.

Одной из составных частей богатейшего китайского фольклора являются пословицы и поговорки.

Цель работы – проанализировать национальное своеобразие китайских пословиц и поговорок; проследить, как в этом жанре фольклора отражаются особенности духовно-нравственной культуры, основные черты национального характера китайского народа.

Воспитанию в китайцах таких черт национального характера, как коллективизм, организованность способствовала постоянная борьба со всяческими разрушительными силами природы и, в первую очередь, с сокрушительными наводнениями. Мудрые советы и наставления, помогающие человеку противостоять стихии, заключены в изречениях: *«Общими усилиями можно и гору Тайшань передвинуть»*; *«Если народ един, его не победить»*; *«Если у троих общая цель, они и глину в золото превратят, если цель разная – и золото переведут на глину»*.

Китайскому народу присущи трудолюбие, терпеливость, настойчивость, исполнительность. Все эти черты национального характера отразились в большом количестве пословиц и поговорок, таких как: *«Настойчивость и труд успех приносят»*; *«Мудрец, который лишь созерцает, не стоит дурака, который хоть одну вещь своими руками сделал»*; *«Сколько пота прольешь, столько и каши съешь»*; *«Сколько у человека любви к труду, столько и щедрости у земли»*.

Исключительная бережливость китайцев, которая выработалась вследствие многовековой жестокой эксплуатации и нищей жизни, тоже отразилась в пословицах и поговорках: *«Капля к капле – и река будет, зернышко к зернышку –*

и полная корзина будет»; «Не научишься управлять малыми деньгами – большие не придут».

Кроме того, неприхотливость, умеренность во всем, умение приспособиться и получать удовольствие от жизни – тоже черты национального характера китайцев, черты, появление которых было обусловлено как суровой борьбой с бедностью, так и конфуцианской философией, которая призывает не усматривать счастье в материальном достатке. Об этом свидетельствует целый ряд пословиц и поговорок: *«Голодному легко приготовить себе блюдо»; «Много ешь – не будешь чувствовать вкуса, много будешь говорить – слова потеряют цену»; «Новую одежду шей только тогда, когда лишние деньги есть» и другие.*

Господствующие слои, духовенство и чиновники испокон веков приучали простых китайцев к неприхотливости, покорности и послушанию, к обожествлению своих правителей, но народ знал, чего стоят богачи: *«Тот, кто любит богатство, о чести не заботится»; «Тот, кто мечтает стать чиновником, похож на мышь, тот, кто уже стал им, похож на тигра»; «Быть возле императора – все равно что с тигром спать»; «Чиновник никогда не обидит того, кто дары приносит»; «Столичный чиновник похож на тыкву: растет незаметно, но быстро».*

В народном сознании веками вызревал протест против всяческого гнета и несправедливости, против лжи и лицемерия, протест, ярко проявившийся в устном творчестве, где превыше всего ценится честность, правдивость, доброта: *«Сердце честного человека на зеркало похоже»; «Самая наибольшая доброта – любовь к человеку»; «Когда погибает леопард, шкура остается, когда умирает человек, остается имя».*

И именно такой подход к моральным ценностям определяет истинное лицо китайского народа, делает его творчество близким и понятным для других народов.

В древние времена китайцы пробовали объяснять окружающий мир с помощью всевозможных мифов и легенд. Значительное место в мировосприятии китайского народа занимала вера в существование всевозможных духов, а кроме этого, в этой стране был очень развит культ предков.

Китаец, воспитанный на чувстве преклонения перед мертвыми предками, всегда горячо любил родную землю, отчий дом и свою семью, куда бы не бросала его судьба и сколько бы лет не пришлось ему жить на чужбине. Это тоже отразилось в народных пословицах и поговорках: *«Вода из родного места – святая, земля с родного места – золото»; «Не страшны дереву сильные ветры, если его корни глубоко в землю проникли», «В своем доме и мусор имеет цену»; «Любишь свой дом – полюбишь и ворона, сидящего на нем».*

Китайцы всегда уважительно относились к письменным знакам (иероглифам). Вследствие этого в Китае сложился своеобразный культ печатного слова, культ книги, культ знания как проявления высочайшей мудрости.

Непоколебимая вера в правдивость книг, благоговение перед их авторами – все это способствовало возникновению таких пословиц и поговорок, как: *«Лучше оставить сыну одну книгу, чем горшок золота»; «Впервые прочитанная книга –*

это встреча с новым приятелем, а прочитанная вторично – свидание с давним приятелем»; «Учиться – все равно что грести против течения: только перестал – и тебя понесло назад».

В большинстве образцов народной мудрости Китая объектами сравнения являются представители флоры и фауны, географические названия, имена собственные, различные бытовые реалии. Особую популярность у китайского народа имеет дракон, которого можно рассматривать как символ зарождения китайской нации, как начало ее культурного развития.

Самой красивой птицей у китайцев считался мифический феникс. Перья у него были пяти цветов, что означало пять основных добродетелей: человеколюбие, долг, порядочность, верность и знание обрядов. Происхождение птицы феникса китайцы традиционно связывали с солнцем и огнем, поэтому он символизирует тепло, неотъемлемое от лета и хорошего урожая. Следовательно, не случайно, что образы дракона и птицу феникса используются в китайских пословицах и поговорках: *«Когда дерутся драконы, больше всего достается черепахам, рыбам и креветкам»; «И в вороньем гнезде может вылупиться феникс».*

Во многих китайских пословицах и поговорках объектом сравнения служит слово «тигр» – символ власти, строгости, отваги, жестокости: *«Тому, кто едет на тигре, трудно спешиться»; «В одном лесу два тигра не уживутся»; «Бить мертвого тигра – выдавать трусость за храбрость».*

Кроме дракона, птицы феникса и тигра, в пословицах и поговорках встречаются названия других представителей китайской фауны: *«Удаву слона не проглотить»; «Кривоногая черепаха и тысячу верст проползет»; «С одного буйвола двух шкур не содрать»; «В маленькой норе не поймает большого краба».*

Итак, мы определили, что китайские пословицы и поговорки имеют ярко выраженное национальное своеобразие. Здесь есть полный набор этнографических реалий: орудий труда, элементов одежды и быта; характеристика Китая с его ландшафтами, климатом, животным и растительным миром; воспоминания об исторических личностях; отзвуки древнейших религиозных и социально-философских взглядов; система морально-нравственных ценностей народа.

Литература

1. Назаров В. Н. Разум сердца: Мир нравственности в высказываниях и афоризмах / В. Н. Назаров, Г. П. Сидоров. – М. : Политиздат, 1989. – 605 с.
2. Китайські прислів'я та приказки / З кит. перек. І. Чирко ; Упоряд. В. М'ясникова. – К. : Дніпро, 1984. – 117 с.

ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧЕСКАЯ ИНТЕРПРЕТАЦИЯ ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ С КОМПОНЕНТОМ «ХЛЕБ»

*Гополова Анастасия Ярославовна,
студентка II курса факультета инженерных и экологических систем
в строительстве;*

*Новикова Юлия Николаевна,
кандидат филологических наук,
доцент кафедры прикладной лингвистики и межкультурной
коммуникации*

*ГОУ ВПО «Донбасская национальная академия строительства и
архитектуры»*

Фразеологические обороты представляют собой устойчивые сочетания слов, воспроизводимые, существующие в виде целостных по своему значению и устойчивых в своем составе и структуре образований [4, с. 26].

Весомый вклад в разработку проблем фразеологии сделали В. Виноградов, Н. Шанский, А. Молотков, В. Телия, А. Фёдоров, И. Билодид, М. Жовтобрюх, В. Архангельский, И. Чередниченко, Л. Скрипник и другие языковеды. Изучение этого класса лексики позволяет нам глубже понять историю и характер нашего народа, что определяет необходимость его дальнейшего исследования.

Названия различных продуктов питания отражены в разных лексико-семантических группах фразеологизмов. Цель данной работы – выделить лексико-семантическую группу фразеологических единиц с компонентом «хлеб», определить смысловые подгруппы данных фразеологизмов и указать наиболее активные значения.

Неизменный атрибут всех застолий, хлеб – основа жизни человека. Ещё с давних времён хлеб почитали, воспринимали как святыню.

Хлеб является главным мерилем духовных ценностей русского народа. По отношению к хлебу судят о гостеприимности, радушии хозяев дома, об отношении человека к труду и других моральных качествах.

Обрядовый хлеб является символом рода и воплощает сакральный смысл: единение душ живых с душами предков.

Фактический материал нашей статьи составляет 32 фразеологизма с компонентом «хлеб». В данной лексико-семантической группе фразеологических единиц мы выделили такие смысловые подгруппы:

1. Жизненная потребность в хлебе (8):

без хлеба не жить (хлеб – основа жизни),

без соли невкусно, а без хлеба несытно; без соли и хлеб не естся (хлеб и соль одинаково важны),

без хлеба смерть, без соли смех (хлеб – пища, необходимая для жизни),

покуда есть хлеб да вода, всё не беда (важно, чтобы человек имел пропитание, остальное устроится),

лучше хлеб с водой, чем пирог с бедой (лучше скромно питаться, но счастливо жить, чем питаться всласть, но быть несчастным),

хлеб да соль, и обед пошёл (хлеб и соль необходимы для полноценного обеда),

каков ни есть, а хлеб хочет есть (любому человеку нужна пища).

2. Гостеприимство (7):

встретить хлебом-солью (быть гостеприимным),

на хлебе, на соли да на добром слове (доброжелательное отношение к людям),

встречай хлебом-солью, провожай добрым словом (важно хорошо встретить и проводить гостей),

просим к нашему хлебу и соли (приглашение быть гостем),

от хлеба-соли не отказываются (отказываясь от угощения, проявляют неуважение к хозяевам дома),

хлеб-соль и разбойника смиряет (доброе отношение примиряет),

хлеб-соль – взаимное дело (приглашение к совместной трапезе).

3. Почитание хлеба (7):

хлеб – всему голова (хлеб является главным на столе в каждой семье) [2],

хлеб – батюшка, водица – матушка (хлеб и воду почитали, сравнивая с отцом и матерью),

хлеб вскормит, вода вспоит (хлеб и вода – основа основ),

и пёс перед хлебом смиряется (хлеб все почитают),

ешь пироги, а хлеб вперед береги (всегда надо беречь хлеб) [3],

хлеб-соль величай (к хлебу-соли нужно уважительно относиться),

хлеб хлебу брат (хлеб связывает все народы) [1, с. 287].

4. Бедность (5):

хлеба нет – и корочки в чести (бедный довольствуется и малым) [1, с. 287],

хлеба ни куска, так и в горнице тоска (семья страдает, если в доме нет пищи) [3, с. 288],

дорог хлеб, коли денег нет (безденежье),

у голодного хлеб на уме (голодный думает только о пропитании) [1, с. 287],

убогий мужик и хлеба не ест; богатый – и мужика съест (противопоставление бедных и богатых людей).

5. Уважение к труду (3):

хлеб бросать – труд не уважать (неуважение к чужому труду),

каков у хлеба, таков и у дела (по отношению человека к хлебу судят о его отношении к труду),

хлеб да вода – мужицкая еда (после тяжелого труда необходим простой, но сытный обед) [1, с. 287].

6. Лень (2):

хлебом не корми, только с печи не гони (человек готов голодать, только бы ничего не делать),

живёт не жнёт, а хлеб жуёт (человек не работает, но пожинает плоды труда других людей).

Таким образом, компонент «хлеб» наиболее активно отразился в смысловой подгруппе «жизненная потребность в хлебе», что связано с восприятием хлеба как основы жизни человека.

Ещё одна обширная смысловая подгруппа – «почитание хлеба». Здесь отражены традиции русского народа. Хлеб и воду почитали, сравнивая с отцом и матерью.

Отдельные фразеологизмы указывают на основные ментальные характеристики русского народа – гостеприимство, радушие, уважение к труду.

Во фразеологизмах смысловой подгруппы «бедность» отражено сочувствие к голодным и обездоленным.

В некоторых народных выражениях звучит осуждение лени как человеческого порока.

Как показывает исследованный материал, фразеология отображает особенности русской ментальности.

Литература

1. Гридина В. Т., Завязкин О. В. Чудо-мир загадок и пословиц : Читай, рассуждай, отгадывай / В. Т. Гридина, О. В. Завязкин. – Донецк : ООО ПКФ «БАО», 2005. – 320 с.

2. Даниленко В. П. Картина мира в пословицах русского народа / В. П. Даниленко. – СПб. : Алетейя, 2017. – 374 с.

3. Даль В. Пословицы русского народа / В. Даль. – СПб. – М. : Тип. М. О. Вольфа, 1879. – 105 с.

4. Шанский Н. М. Фразеология современного русского языка : учеб. пособ. для вузов по спец. «Русский язык и литература» / Н. М. Шанский. – 4-е изд., испр. и доп. – СПб. : Специальная литература, 1996. – 192 с.

ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧЕСКАЯ ИНТЕРПРЕТАЦИЯ ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ С КОМПОНЕНТОМ «СЛОВО»

*Мех Дмитрий Игоревич,
Парасюк Кирилл Витальевич,
студенты I курса строительного факультета;
Новикова Юлия Николаевна,
кандидат филологических наук,
доцент кафедры прикладной лингвистики и межкультурной
коммуникации
ГОУ ВПО «Донбасская национальная академия строительства и
архитектуры»*

Фразеология – это особый раздел языкознания, изучающий "фразеологическую систему в её современном состоянии и историческом развитии" [3, с. 4]. Основным объектом изучения фразеологии являются фразеологические единицы.

Существует множество определений фразеологизмов, тем не менее все исследователи отмечают устойчивость, целостное метафорическое значение, экспрессивность данных выражений. А. В. Кунин даёт такое определение: "Фразеологизмы – устойчивые сочетания лексем с полностью или частично переосмысленным значением" [1]. Другой известный учёный В. М. Мокиенко так определяет данное понятие: "Фразеологическая единица – это относительно устойчивое, воспроизводимое, экспрессивное сочетание лексем, обладающее целостным значением" [2]. В свою очередь известный учёный Н. М. Шанский подчеркивает: "Фразеологический оборот – это воспроизводимая в готовом виде языковая единица, состоящая из двух или более ударных компонентов словного характера, фиксированная (т. е. постоянная) по своему значению, составу и структуре" [3, с. 22].

В конце XVIII века в толковых словарях и специальных фольклорных сборниках начали описывать идиомы, афоризмы, пословицы и поговорки – устойчивые сочетания слов.

Значительный вклад в изучение фразеологизмов внесли В. В. Виноградов, Н. М. Шанский, В. Л. Архангельский, А. В. Кунин, В. П. Жуков, В. М. Мокиенко, В. Н. Телия, А. И. Смирницкий и другие известные лингвисты.

Цель данной работы – выделить лексико-семантическую группу фразеологических единиц с компонентом "слово", определить смысловые подгруппы данных устойчивых сочетаний слов.

Фактический материал исследования составили 107 фразеологизмов с компонентом "слово".

Фразеологизмы этой лексико-семантической группы активно используются в устной и письменной речи, имеют разнообразные значения: в

двух словах – кратко; *слов на ветер не бросает* – обязательно выполнит своё обещание; *глотать слова* – невнятно, нечётко разговаривать; *набор слов* – ерунда, бессмыслица; *не обмолвиться ни единым словом* – промолчать; *от слова до слова* – досконально; *слово знает* – умеет добиваться своих целей непонятными для других способами; *слово лечит* – добрые слова имеют исцеляющую силу; *золотые слова* – мудрые и правильные слова; *ловить каждое слово* – внимательно слушать; *поверить на слово* – не требовать никаких доказательств.

В ходе исследования нам удалось выделить пять основных смысловых подгрупп фразеологизмов с компонентом "слово": 1) слово и его влияние (29), 2) общение (25), 3) выполнение / невыполнение данных обещаний (20), 4) слово и дело (13), 5) бранные выражения (9):



Первую и наибольшую смысловую подгруппу составляют фразеологизмы, посвящённые слову и его влиянию: *право слово, с первого слова, свобода слова, а волшебное слово сказать? (про спасибо), спасибо на добром слове, подобрать нужное слово, из песни слов не выкинешь, от слова до слова, со слов (потерпевшего), не надо слов, всё понятно без слов, набор слов, общие слова, одни слова, пустые слова, играть словами, игра слов, играть в слова, слова утешения, слово лечит, доброе слово и кошке приятно, проникновенные слова, приветственное слово, вступительное слово, печатное слово, крылатые слова, живое слово, золотые слова.*

Ко второй подгруппе относятся фразеологизмы, связанные с общением: *цепляться к словам, ловить / поймать на слове, тратить слова понапрасну, выдергивать слова из контекста, не дать слова вымолвить, не с кем словом перемолвиться, слово не воробей, не говоря лишних слов, не говоря худого слова, слова не скажи, взвешивать свои слова, следить за своими словами, мастер слова, владеть словом / даром слова, нанизывать слова, за словом в карман не лезет, обрести дар слова, одним словом, в двух словах, на два слова, на пару слов, обронить слово, ни полслова ни слова не вытянешь, не обмолвиться ни единым словом.*

О выполнении или невыполнении обещаний говорят следующие фразеологизмы: *честное благородное слово, давать честное слово, под честное слово, верить / поверить на слово, дать себе слово, дать слово, слово чести, господин своему слову, хозяин своему слову, человек слова, слово дорогого стоит, держать слово, устоять в своём слове, мое слово – закон, сдержать слово, не устоять в своём слове, изменить своему слову, переменить своё слово, отказываться от своих слов, брать / взять свои слова назад.*

Отдельную смысловую подгруппу составляют фразеологизмы о "слове и деле": *дело не в словах, слово и дело, перейти от слов к делу, меньше слов – больше дела, слова (не) расходятся с делами, поддержать словом и делом, без лишних слов, не на словах, а на деле, слов на ветер не бросает, на словах мастак, на деле простак, из слова в дело, первое слово дороже второго, сыпать словечками.*

В небольшую подгруппу объединены фразеологизмы со значением "бранные выражения": *солёное словцо, ругательные слова, слово из трёх букв, непечатное слово, матерное слово, нецензурное слово, хлесткое словцо, ради красного словца (не пожалеет и отца), крепкое слово.*

Таким образом, фразеологические единицы с компонентом "слово" активно употребляются в нашей речи. Наиболее часто встречается значение "слово и его влияние", что связано с ролью слова в жизни человека: слово лечит, возрождает, благословляет, вдохновляет, окрыляет, но вместе с тем – слово ранит, убивает, калечит.

Фразеологизмы делают речь более выразительной и экспрессивной. В них лаконично, и в то же время – метко, остро и ёмко отражена вся многогранность нашей жизни.

Литература

1. Кунин А. В. Курс фразеологии современного английского языка : Учеб. пособ. для ин-тов и фак. иностр. яз. – 3-е изд., стереотип. / А. В. Кунин. – Дубна : Феникс+, 2005. – 488 с.
2. Мокиенко В. М. Загадки русской фразеологии. – 2-е изд., перераб. / В. М. Мокиенко. – СПб. : "Авалон", "Азбука-классика", 2005. – 256 с.
3. Шанский Н. М. Фразеология современного русского языка : Учеб. пособ. для вузов по спец. "Русский язык и литература" – 4-е изд., испр. и доп. / Н. М. Шанский. – СПб. : Специальная литература, 1996. – 192 с.

ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧЕСКАЯ ИНТЕРПРЕТАЦИЯ ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ С КОМПОНЕНТОМ «СОБАКА»

*Батуров Никита Анатольевич,
студент II курса архитектурного факультета;
Мельник Дарья Алексеевна,
студентка II курса архитектурного факультета;
Новикова Юлия Николаевна,
кандидат филологических наук,
доцент кафедры прикладной лингвистики и межкультурной
коммуникации
ГОУ ВПО «Донбасская национальная академия строительства и
архитектуры»*

Фразеологизм возникает на основе образного представления о действительности, отображает опыт языкового коллектива и связывает его с культурными традициями народа.

Фразеологическим единицам присущи "воспроизводимость в речи, образность, относительное постоянство компонентного состава, идиоматичность и относительная семантическая целостность" [1, с. 69].

Весомый вклад в разработку проблем фразеологии сделали Н. Шанский, А. Молотков, В. Телия, А. Фёдоров, И. Билодид, М. Жовтобрюх, В. Архангельский, И. Чередниченко, Л. Скрипник и другие языковеды. Тем не менее лингвистическая многогранность этого класса лексики определяет необходимость его дальнейшего исследования.

Цель нашей работы – выделить лексико-семантическую группу русских фразеологических единиц с компонентом «собака», определить смысловые подгруппы данных фразеологизмов и наиболее активные значения, отражённые в их семантике.

Собака – это наиболее близкое человеку животное, олицетворяющее такие положительные качества, как верность, бдительность, привязанность, искренность и послушание. В некоторых традициях она выполняет функции культурного героя, мифического первопредка, принесшего людям огонь. Кроме того, собака, посвященная богам войны, является образом храброго и решительного воина, символизирует силу и мужество.

Будучи помощником человека, собака ведёт его по дороге к цели. Собака верно сопровождает человека в течение жизни. Великие проводники душ, такие как Анубис, Геката и Гермес изображаются с головой собаки или имеют собаку в качестве своего атрибута. Во многих мифологиях собака охраняет границы между мирами, является стражем и владыкой подземного мира.

В символизме христианства собака означает верность, бдительность, охрану. Как хранитель стад собака олицетворяет епископа или проповедника [2].

Фактический материал нашей статьи составляет 38 фразеологизмов. В лексико-семантической группе русских фразеологических единиц с компонентом «собака» можно выделить такие смысловые подгруппы:

Верность (6):

Без собаки зайца не поймает – без верного помощника работу не сделаешь.

Собака привыкает к человеку, а кошка к дому – о привязанности и верности домашнего питомца.

При верной собаке сторож спит – собака – верный друг человека и его помощник с давних времён. Так говорят о том, на кого можно положиться.

Собака не волк, в лес не убежит – о верности собаки хозяину.

Собака – друг человека – о преданности, верности.

Собачья преданность – о надёжности, верности.

Превосходная степень чего-либо (в значении очень, много, сильно) (5):

Как собака (простор.) – очень сильно, до крайности (устал, голоден, замерз).

Как собак нерезаных – очень много.

Собачий холод – очень холодно.

Заживает как на собаке – очень быстро, без особых осложнений заживёт рана.

Собачий нюх – сильно обострённый нюх.

Злость (5):

Как с цепи сорвался – разозлился.

Злой как собака – о вредном, злобном человеке.

Собачья душа – о злом и скверном человеке.

Не будите спящую собаку – совет не раздражать злого человека.

Не замахивайся палкой – собака не залает – совет не трогать злобного человека.

Любой (лишний) (3):

Каждая собака (простор.) – всякий, каждый, любой (о человеке).

Нужен как собаке «здрасьте» – лишний, без надобности.

Как собаке пятая нога – о чём-то бесполезном, лишнем.

Опыт и польза (2):

Насобачиться – научиться ловко что-нибудь делать, приобрести определённые навыки.

Собаку съел (на чём, в чём) – приобрёл большой опыт, навык, основательные знания.

Совестливость, признательность, благодарность (2):

Собака на того не лает, чей хлеб ест – о признательности.

Доброму человеку стыдно даже перед собакой – о совестливости.

Ссора (2):

Живут как кошка с собакой – о постоянно ссорящихся людях.

Грызутся как собаки – ссорятся.

Схожесть в чём-либо (2):

Какой хозяин, такая и собака – о схожести нравов, характеров, привычек.

По хозяину и собаке честь – как относятся к человеку, так и к его окружению.

Следующие 11 фразеологических единиц употребляются в таких значениях:

Любить как собака палку – бояться, не любить.

Гонять собак – бездельничать.

Спустить собак (на кого-то) – несправедливо, незаслуженно обвинить.

С собаками не сыщешь – невозможно найти что-либо.

Собаке под хвост (грубо простор.) – сделать впустую, даром, зря.

Собака на сене – о человеке, который не пользуется чем-либо сам и другим не даёт.

Собачья жизнь – о тяжелой судьбе.

Вот где (в чём) собака зарыта – именно в этом истинная причина, суть дела.

В такую погоду и собаку на улицу не выгонишь – о плохой погоде.

В драке важен не размер собаки, а количество злости в ней – человек может быть сильным, но трусливым, а может быть слабым, но смелым и отчаянным, что в конкретной ситуации важнее.

Собака лает, а караван идёт – совет делать своё дело, несмотря на то, что говорят завистники.

Таким образом, компонент «собака» наиболее активно отразился в смысловой подгруппе "верность", что связано с прямой ассоциацией: собака – верный друг человека. Человек приручил собаку и как друга, и как верного помощника, охранника. С этим значением связана следующая смысловая подгруппа – "злость". Кроме того, фразеологизмы данной лексико-семантической группы часто говорят о несправедливости, незаслуженных обидах, тяжелой судьбе человека (по аналогии с нелёгкой долей животного).

Как показывает исследованный материал, фразеология отображает особенности мировосприятия, а также образа жизни людей. Народные выражения свидетельствуют о наблюдательности русского народа, мудрости поколений.

Литература

1. Новикова Ю. Н., Атанова Г. Ю. Лексико-семантическая интерпретация русских фразеологизмов с компонентами-антропонимами / Ю. Н. Новикова, Г. Ю. Атанова // Вестник Донбасской национальной академии строительства и архитектуры : Сб. науч. тр. "Проблемы социогуманитарных наук". – Вып. 2017–1 (123). – Макеевка : ПЦ ГОУ ВПО "ДонНАСА", 2017. – С. 69–73.

2. Собака в мифологии [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://nagual.at.ua/publ/sobaka_v_mifologii/1-1-0-117

ОСОБЕННОСТИ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ С КОМПОНЕНТОМ «БЕЛЫЙ»

*Сидорова Анастасия Александровна,
студентка I курса архитектурного факультета;
Атанова Галина Юрьевна,
ассистент кафедры прикладной лингвистики и межкультурной
коммуникации
ГОУ ВПО «Донбасская национальная академия строительства и
архитектуры»*

Фразеологические единицы ярко выражены в живой речи и раскрывают этнокультурный характер народа.

Современный фонд русского языка содержит фразеологизмы давнего периода и настоящего времени.

Цель работы – проанализировать фразеологические единицы с компонентом «белый», раскрыть их понятийные характеристики.

У древних славян существовало противопоставление белого и черного, поклонение Белобогу (покровителю света и добра) и Чернобогу (покровителю тьмы и зла). Перед началом каких-нибудь серьёзных дел славяне приносили жертвы Белобогу [1].

Белый цвет в христианстве использовали в трёх жизненно важных обрядах человека: крещение (крыжма), женитьба (белое платье), смерть (белый саван). Белый является цветом духовности, святости [2].

Крыжма – это новая белая пелёнка, полотенце, полотно (символ безгреховности и чистоты), которую используют в обряде крещения: после святой купели в неё принимают младенца.

Белое свадебное платье символизирует невинность, целомудрие.

Саван – одежда для усопшего; белое покрывало, которым накрывают тело.

Белую одежду в знак скорби носили в Древнем Риме и Древней Греции. Древние славяне также считали белый цвет траурным. В настоящее время у некоторых народов – Индия, Китай, Япония – траурная одежда белого цвета, так как смерть они ассоциируют с белым цветом, который символизирует не печаль, а переход души в лучший мир.

Фактический материал составил 64 фразеологические единицы. Условно их можно разделить на две группы: 1) с позитивным значением; 2) с негативным значением.

Рассмотрим семантику фразеологизмов первой группы с компонентом «белый»:

светлый (6): *белый свет* (вселенная, весь мир; *Помрёшь, так прощай белый свет – и наша деревня!*), *белый день* (светлое время суток), *белые ночи*

(северные ночи с немеркнущей зарёй), *белый месяц* (ясный месяц), *белое вино* (светлое виноградное вино), *белый хлеб* (пшеничный хлеб);

чистый, святой (1): *белый голубь* (символ мира; Святой дух);

чистый, стерильный (2): *белая изба* (свежепобеленая), *белые стены* (палаты в больницах);

добропорядочный (1): *белый и пушистый*;

неизученный, неисследованный, малоизвестный (1): *белое пятно*;

выходящий за общепринятые рамки (2): *белая ворона* (человек, который кардинально отличается от других: *Белую ворону и свои заклюют*); *белый танец* (девушки приглашают парней).

Кроме этого, белый цвет ассоциируется со снегом (5): *белое безмолвие*, *белым-бело* (безграничное заснеженное пространство), *белые мухи* (первый снег на фоне еще не опавшей листвы: *В ноябре солнце сквозь слезы и «белых мух» улыбается*), *белая Олимпиада* (зимние Олимпийские игры), *белый континент* (Антарктида);

обозначает хлопковые плантации (1): *белое золото*;

употребляется в именовании православного духовенства, не дающего обет безбрачия (1): *белое духовенство*;

при решении вопроса голосованием (1): *белый шар* означал «за избрание»;

белый цвет обозначает «спаситель» (2): *белый ангел*, *люди в белых халатах* (о врачах, работниках медицинской сферы);

указывает на искреннюю радость успехам другого человека (1): *белая зависть* (не желать зла);

на колдовство с помощью небесных сил (2): *белая магия*, *белая ведьма*;

на управление положением (2): *на белом коне*; *принц на белом коне* (идеальный жених);

на комфортные условия, жизнь без трудностей (1): *чувствовать себя белым человеком*;

на величие, привилегированность (1): *белый дом* (резиденция президента США, здание правительства РФ).

Понятие денег в экономической сфере деятельности тоже связано с компонентом «белый» (3): *белые деньги* (легальный оборот), *белая зарплата* (официальная зарплата), *работать по-белому* (легально).

В научном стиле речи встречаем идиомы (2): *белый карлик* (тип звезды, которая по величине сравнима с Землей, однако по массе соизмерима с Солнцем), *белый уголь* (о силе воды: *электростанция на белом угле*).

Фразеологические единицы с компонентом *белый* имеют и негативную коннотацию:

не привыкший к труду (1): *белые ручки*: *Белые руки чужие труды любят*;

высокомерный (1): *белая кость*;

назойливый (1): *сказка про белого бычка* (надоедливое повторение одного и того же).

На презрение, наглость, ложь встречаем указание в таких фразеологизмах (3): *видал в гробу в белых тапочках; среди бела дня, грабёж среди бела дня* (не скрываясь, у всех на виду, дерзко); *шито белыми нитками* (грубо подделано; неловко, неумело скрыто что-либо: *Ложь белой ниткой шита*).

О вредных привычках (2) говорят фразеологизмы: *белая смерть* (о сахаре, соли, наркотиках); *Белая водка красит нос и чернит репутацию*;

о проявлении болезни, страха, раздражительности (5): *белый билет* (освобождение от призыва на воинскую службу по состоянию здоровья); *не жилец на белом свете* (о смертельно больном человеке); *белая горячка*; *белый как мел*; *доводить/довести до белого каления*;

о безвыходном положении (5): *белый свет не мил, свету белому не рад; света белого не видеть* (не знать покоя, отдыха); *как сажка бела* (отвратительно, хуже не бывает); *белый негр* (о бесправном, выполняющем непосильную работу человеке);

о привлечении к ответственности (2): *брать/взять под белы ручки*; *увидеть белый свет в клеточку* (попасть в тюрьму).

«Антибольшевистское движение» в годы гражданской войны в России (5) ассоциируется с фразеологизмами: *Белая гвардия, Белая армия, Белое движение, белый офицер, белая эмиграция*;

отряд женщин-снайперов (1) называют *белые колготки*.

Также встречается фразеологизм со значением «капитуляция» (1): *белый флаг*.

Об офисных работниках (1) говорят *белые воротнички*;

стих, не имеющий рифмы (1), называют *белый стих*.

Выражение «*белый свет*» встречается и в первой, и во второй семантической группе как нейтральное в значении «мир», «жизнь».

Таким образом, в рамках фразеологизмов с компонентом «*белый*» преобладает значение «светлый», «чистый», что связано с восприятием белого цвета как символа духовности, святости.

Фразеологизмы с компонентом «*белый*» связаны с древними верованиями и традициями русского народа.

Литература

1. Капица Ф. С. Тайны славянских богов / Ф. С. Капица. – М. : РИПОЛ классик, 2007. – 416 с. : ил.

2. Трессидер Д. Словарь символов / Д. Трессидер [Электронный вариант]. – Режим доступа : https://www.booksite.ru/localtxt/tre/sid/der/tresidder_d/slovar_sim/3.htm

3. Фёдоров А. И. Фразеологический словарь русского литературного языка / А. И. Фёдоров. – М. : Астрель : АСТ, 2008. – 828 с.

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ БИБЛЕЙСКОГО ПРОИСХОЖДЕНИЯ

*Габзовский Леонид Александрович ,
магистрант 2 курса, специальность Лингвистика (профиль
подготовки «Перевод»),
Некрутенко Елена Борисовна,
кандидат педагогических наук,
доцент кафедры теории и практики перевода
ГОУ ВПО «Луганский национальный университет имени Тараса
Шевченко»*

Фразеологизмы занимают особое место в словарном составе английского языка. Их специфическая структура привлекает и вызывает большой интерес ученых-лингвистов, а с другой стороны требует серьезного анализа содержания и формы языковых единиц.

Фразеологизмы – это исторически обусловленные, устойчивые по составу и структуре, лексически неделимые по значению словосочетания, которые придают эмоциональную окраску выражению, усиливая его смысл.

Одним из пластов фразеологии являются библейские и мифологические фразеологические единицы, которые прочно вошли в жизнь людей. Изучение библейских фразеологизмов в английском языке представляет особый интерес благодаря их специфике: с одной стороны, библейские ФЕ имеют все свойства фразеологических единиц, а с другой, являются фразеологической микросистемой, основанием для объединения в которую послужила Библия, как общий источник.

Актуальность изучения фразеологизмов библейского происхождения обусловлена, тем, что в последнее время возрос интерес к Библии, как в нашей стране, так и за рубежом [1, с. 98 – 99].

Фразеологизмы библейского происхождения окружают нас повсюду: в художественной литературе, прессе, публицистике, а так же в устной и письменной речи. Они делают выразительными и интересными не только тексты, но и сам язык, благодаря которому речь становится богаче и ярче. Библизмы – это идиоматические выражения, которые могут быть как отдельным словом, словосочетанием, цитатой, так и даже целой фразой.

Для каждого переводчика абсолютно необходимы широкие, энциклопедические знания культурологического и страноведческого характера, позволяющие адекватно передавать в переводе те реалии, которые встречаются в иноязычном тексте, конечно, знание исторических фактов Библии также необходимо. Если цитаты в тексте являются общеупотребительными, то достаточно знать необходимые эквиваленты. Существует также проблема разной степени употребления выражений в английском и русском языках, тогда

необходимо подбирать другие приемы перевода, например как объяснение или подбор выражения, похожего по смыслу.

Существуют определенные проблемы, связанные с переводом текстов, содержащих фразеологизмы библейского происхождения. Это связано с тем, что Библия на протяжении определенного периода времени была запрещенной книгой. Многие поколения не читали ее и даже не знали о ее существовании, поэтому, лексика и фразеология русского языка потеряли библейские выражения [2].

Последнее время появились предпосылки для возвращения в русский язык огромного пласта библейских афоризмов. Востребованность фразеологизмов библейского происхождения в современной речи свидетельствует об их актуальности и современности. Библизмы остаются востребованными, поскольку они широко используются в литературе, прессе, разговорной речи. Однако, существуют определенные трудности перевода текстов, содержащих библейские выражения, поскольку культура передачи при переводе была забыта.

Для адекватного перевода библейских фразеологизмов с английского на русский язык, переводчику необходимо изучить ту книгу Библии, к которой относится данное выражение. У фразеологизмов библейского происхождения отсутствует нейтральная окраска. Часто одно и то же идиоматическое выражение может употребляться в разных значениях (ироническом, юмористическом, позитивном или негативном). При переводе необходимо подобрать соответствующий эквивалент на русском языке, чтобы он стал эмоционально окрашенным. Переводчик иногда прибегает к описательному переводу, если у него не получается найти точный эквивалент библейскому фразеологизму. Например, «to hide one's light under a bushel» в описательном переводе означает «скрывать свои достоинства, способности, быть слишком скромным», to cast one's bread upon the waters – «делать что-либо, не дожидаясь немедленного результата; делать добро, не ожидая вознаграждения» [3].

При употреблении библизмов в русском и английском языках происходит их несовпадения на различных уровнях: стилистические, семантические и грамматические расхождения, несовпадение эквивалентов.

Семантические расхождения английских и русских эквивалентов проявляются в различии объема значений и оценочной нагрузки, денотативный и коннотативный аспекты – различны; а также в появлении разных выражений, точное значение которых необходимо знать. Например, в английском языке «Babel» (Genesis 11:9) переводится как «Вавилон, вавилонская башня», а в русском – «Вавилон, вавилонское столпотворение, смешение языков» [1, с. 99 – 101].

Грамматические расхождения связаны с появлением определенных синтактико-морфологических моделей библейских эквивалентов. Например, выражение «Out of the mouths of babes and sucklings» – (дословный перевод – «из уст младенцев и грудных детей») обычно переводится – «уста́ми младенцев глаголет истина».

Стилистические расхождения обусловлены тем, что эквиваленты функционируют в разных языковых стилях и часто имеют дополнительные значения. Например, английское выражение «the outer darkness» относится к книжной лексике, и означает «тьму космическую, как ад и место пребывания грешников»; русский эквивалент используется в разговорной речи в значении «полная, беспросветная тьма» [3].

Иногда английскому библеизму-фразеологизму в русском языке соответствует не его русский эквивалент из Священного Писания. Например, «a drop in the bucket» – «капля в море»; «to sweat blood» – «пролить семь потов» (т.е. напряженно, интенсивно трудиться).

Таким образом, Библия, как уникальное литературное произведение, является одним из главных источников фразеологических единиц, которые обогатили не только английский язык, но и многие языки мира. Фразеологизмы библейского происхождения ассимилировались в английском языке и превратились в цитаты, звучащие как клише. Текст Библии содержит много особенностей и представляет интерес для различных отраслей науки. При переводе необходимо показать правильную ассоциацию употребления определенного библеизма (ироническое, юмористическое, позитивное или негативное значение). При преодолении рассмотренных трудностей, переводчик может сделать адекватный перевод текста, содержащего фразеологизмы библейского происхождения.

Литература

1. Ершова В. Ю. Особенности перевода библеизмов с английского языка на русский / В. Ю. Ершова // Сборник статей VII Междунар. науч. практ. конф. – Мн. : БГУ, 2015. – С. 98 – 101.
2. Библейские фразеологизмы в русской и европейской культуре [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://dom-knig.com/book/r/228068/1>.
3. Клюкина Т. П. Особенности употребления и перевода английских и русских библеизмов [Электронный ресурс]. / Т. П. Клюкина // Столпотворение. – 2003. – № 8 – Режим доступа: <http://www.samlibru>.

САКРАЛЬНА ФРАЗЕОЛОГІЯ У СХІДНОСЛОВ'ЯНСЬКОМУМОВНОМУ ПРОСТОРИ

*Бараннік Дар'я Олегівна,
студентка II курсу магістратури філологічного факультету;
Шкуран Оксана Володимирівна,
кандидат філологічних наук, доцент кафедри української філології та
видавничої справи
ДОЗ ВПО ЛНР «Луганський національний університет імені Тараса
Шевченка»*

Останні десятиріччя в науці відзначені тим, що основні відкриття відбуваються на стику суміжних наук – це ж стосується і лінгвістики. Нові наукові гіпотези й теорії виникають та формуються на основі взаємопроникнення та аналізу різних наук, об'єктом уваги яких є людина. У багатьох видах і типах мовлення, в тому числі й у перекладній літературі, лінгвокультурологічний аспект зачіпає цілий ряд специфічних питань теоретичного та практичного характеру. Дослідження феномену сакрального в основному знаходить відображення в роботах, виконаних на стику лінгвістики та суміжних парадигм гуманітарного знання. У нашій роботі ми дослідимо такі сакральні поняття як *серце* і *душа*, та проаналізуємо їх використання у фразеологізмах різних мов.

Актуальність статті пов'язана з підвищенням інтересу людей до теми сакральності. Сучасне гуманітарне знання припускає осмислення з наукового погляду релігійної традиції, що існує вже безліч століть. Відмова від застарілих оцінок, прагнення розібратися в суті тих чи тих уявлень, що лежать в основі кожної культури, сприяє розширенню поля дослідження гуманітарних наук, подоланню односторонньо негативного відношення між наукою й релігією, і якоюсь мірою сприяє відновленню цілісності духовної культури, у рамках якої наука, філософія, мистецтво та релігія займають своє особливе місце.

Мета наукової розвідки полягає у дослідженні сакрального змісту слів з компонентом *душа* і *серце* на прикладах фразеологізмів української, російської та англійської мов.

Для реалізації цієї мети потрібно виконати такі **завдання**: дати визначення терміну *сакральність*; пояснити етимологічне значення слова *душа* і *серце*, їх визначення у словниках сучасної української мови, словника В. І. Даля, С. І. Ожегова та ін.; продемонструвати решту фразем з використанням вище названих компонентів.

Поняття сакральності стає найпоширенішим. Сакральне – це все, що має відношення до божественного, релігійного, небесного, потойбічного, ірраціонального, містичного, що відрізняється від звичайних речей, понять і явищ [2, с.186].

Термін *сакральне* виник у науковій літературі на рубежі 19-20 ст. Етимологічно він зв'язаний з латинським словом *sacer* тобто *священне* або «те, що призначене богами», також етимологічно він може відноситись до слова *sacrum*, яке виникло ще в язичницькі часи і перекладається, як «священна річ» або «дія». Слів з сакральним значенням досить багато, в нашій роботі ми обрали два поняття для аналізу: «душа» і «серце». Ми вирішили розглянути це поняття на прикладах словників таких учених-лінгвістів, як В. І. Даль та С. І. Ожегов.

«Толковый словарь живого великорусского языка» В. І. Даля подає таке визначення: *«бессмертное духовное существо, одаренная разумом и волей; в общем смысле человек, с духом и телом; в более тесном: человек без плоти, бестелесный, по смерти своей»* [1, с. 768].

С. І. Ожегов щодо душі стверджував, що це – *вдохновитель чего-нибудь; внутренний мир человека; свойство характера* [3, с. 403].

Досить часто поняття *душа* і *серце* ототожнюються в прислів'ях та фразеологізмах, саме тому ми обрали ці поняття аби з'ясувати, чи порівнюють лінгвісти матеріальне «серце» з нематеріальною «душею».

В. І. Даль так визначає слово *серце*: *«грудное череве, принимающее в себя кровь из всего тела, очищающее ее чрез легкие и рассылающее обновленную кровь по всем частям, для питания, для обращения ее в плоть»* [1, с. 768].

Бачення С. І. Ожегова має схожість з висловлюванням В.І. Даля, але на відміну від другого, він подає кілька значень: *этот орган как символ души, переживаний; важнейшее место чего-н., средоточие* [3, с. 403].

Тобто серце, на відміну від душі, не є безсмертним і воно не має розуму, але воно, як і душа, має змогу відчувати, боліти, воно наділяє нас життям. Серце контролює наш організм і воно є каталізатором в роботі нашого організму. А душа є відображенням наших думок, почуттів, емоцій та відносин між людьми. Досить широко поняття *серце* та *душі* зустрічаються у фразеологізмах, тому ми вирішили обрати сакральні фразеологізми української, російської та англійської мов аби розглянути відношення народів з різних країн щодо цих понять.

Душа

Російські фразеологізми: *на чем только душа держится, вдохнуть душу, душа нараспашку, жить душа в душу, вложить душу, вынимать душу*[5].

Українські фразеологізми: *відвести душу, з легкою душею, плювати в душу, прокинулася душа, шкребе на душі (за душу), розв'язати душу* [6].

Англійські фразеологізми: *body and soul, be the life and soul of the party, sell your soul (to the devil), like a lost soul* [4].

Серце

Російські фразеологізми: *с замиранием сердца, держат на сердце, сердце в пятки уходит, сердце не на месте, сердце разрывается* [5].

Українські фразеологізми: *полонити серце, розуміти серцем, тане серце, зачерствіло серце, покласти руку на серце* [6].

Англійські фразеологізми: *eat one's heart out, get to the heart of, to break one's heart, to have a heart of stone, to open one's heart to someone* [4].

Таким чином, фразеологізми з такими поняттями, як *душа* і *серце* зустрічаються не тільки в українській та російській мові. Кожна з цих мов має свої особливості, кожен з народів має свої національні, лінгвістичні, культурні відмінності, але себе і своє тіло ми сприймаємо однаково, наділяючи його ідентичними властивостями і якостями, які знаходять відображення в мові. Тому для української, російської, та англійської лінгвокультури характерно розуміння душі як певної сутності, пов'язаної з Богом. На прикладах сакральних фразеологізмів з поняттями *серце* і *душа* ми з'ясували, що в деяких фразеологізмах вони є взаємозамінні. Так, наприклад, у фразеологізмі *потрапити в саме серце* можна замінити слово *серце* на *душу* і розуміння фраземи від цього не зміниться. Але не в кожному фразеологізмі та паремії можна замінити одне поняття іншим. Проаналізувавши вибрані сакральні поняття, ми дійшли висновку, що кожне з них має своє походження, свою цінність, вони сприймаються як єдине ціле, але ми можемо їх розмежовувати. На наш погляд, поняття *серце* і *душа* ніколи не втратить свого сакрального значення, адже для кожної людини вони грають важливу роль в житті.

Література

1. Даль В. И. Толковый словарь живого великорусского языка : в 4 т. / авт.-сост. В. И. Даль. – 2-е изд. – СПб. : Типография М. О. Вольфа, 1880–1882. – 700 с.
2. Забияко А. П. Сакральное // Культурология. XX век. Энциклопедия / А. П. Забияко. – СПб. : Университетская книга, 1998. – 234 с.
3. Ожегов С. И. Толковый словарь: под ред. Н.Ю. Шведовой / С. И. Ожегов. – 21-е изд. – М., 1949-1994. – 456 с.
4. Чалова Е. Н. Фразеологизмы с компонентом *soul* в английском и русском языках. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://web.snauka.ru/issues/2016/12/75964>.
5. Фразеологический словарь русского литературного языка [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://phraseology.academic.ru>.
6. Фразеологічний словник української мови [Електронний ресурс]. – Режим доступа : <http://slovopedia.org.ua/49/53392-0.html>.

**СЕМАНТИЧЕСКАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ ЯЗЫКОВОЙ ЕДИНИЦЫ С
САКРАЛЬНОЙ СЕМАНТИКОЙ «БОЛЕЗНЬ»:
ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЙ И ЛЕКСИКОГРАФИЧЕСКИЙ
АСПЕКТ**

*Фоций Кристина Павловна,
магистрант II курса филологического факультета;
Шкуран Оксана Владимировна,
кандидат филологических наук,
доцент кафедры украинской
филологии и издательского дела
ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Тараса
Шевченко»*

Специфика сакрального понимания любого жизненного аспекта, в том числе и языковых единиц, существенно отличается от приемлемого для обыденной жизни восприятия. Самая большая разница заключается в отношении к происходящему человека, мыслящего на бытовом уровне, и человека, чья жизнь давно имеет более глубокое русло. Большинство из нас, претерпевая неудачу или имея недуг, обращается к Всевышнему с фразой: «За что мне это всё?», а глубоко религиозные люди понимают, что нужно спрашивать Творца: «Для чего мне это испытание?» и просить сил для преодоления трудностей. Глубокое и неоднозначное различие кроется и в понимании людьми из профанного и сакрального миров языковых единиц с сакральным компонентом.

Актуальность данной работы состоит в необходимости определения уровня десакрализации языковых единиц с сакральной семантикой, выявление особенностей их функционирования и перекодирования сакральной составляющей обозначенных единиц в значении и употреблении среди носителей языка.

Целью нашего исследования является выявление семантических трансформаций языковой единицы с сакральной семантикой «болезнь» на уровне лингвокультурных особенностей её функционирования и и связь происходящих изменений с лексикографическим аспектом употребления.

Любое представление о мире строится на противопоставлении сакрального и профанного. Две эти области, в которых протекает жизнь религиозного человека, взаимно исключают и взаимно предполагают друг друга [3, с. 89].

Болезнь – это лакмусовая бумажка человеческого мировоззрения, то, как мы её понимаем, позволяет психологам, философам, социологам, религиоведам и прочим специалистам в области исследований человеческой сущности,

познать нас, раскрыть новые грани личности и порой проблемы, которые кроются на подсознательном уровне.

Болезнь, как производное от слова «боль» в словаре В.И. Даля объясняется следующим образом: 1) самое чувство, телесное страдание; 2) чувство горя, истомы, страданий душевных; скорбь, грусть, тоска, кручина, жаль, сокрушение, жутьба. Владимир Иванович предлагает также синонимичный ряд: : *болезнь, болесть, хворь, хвороба, хворость, недужина, недуг, немочь, немощь, немогута, скорбь (телесная), хиль, хилина, боля, нездоровье*. [2, с. 113]. То есть, В.И. Даль объясняет слово «боль» с негативной коннотацией, акцентируя внимание на несовместимости полноценной жизни с наличием какой-либо хвори: «Иноходец в пути не товарищ, больной не сосед; больная жена мужу не мила» [2, с. 113]. В одном из энциклопедических справочников понятие «болезнь» объясняется как нарушение нормальной жизнедеятельности организма [4]. Большой энциклопедический словарь объясняет «болезнь» как «нарушение нормальной жизнедеятельности организма, обусловленное функциональными или (и) морфологическими изменениями». Анализируя выше сказанное, мы приходим к выводу, что в лексикографических источниках, понятие «болезнь» имеет резко негативный коннотативный оттенок и ассоциируется с нарушениями, осложнениями, препятствиями, различного рода дисфункциями и невозможностью полноценного жизненного устоя.

Мифы о болезни и смерти относятся к числу наиболее распространенных и древних. В центре таких мифов находится основополагающее представление о болезнях как о чем-то внешнем и чужеродном. Объяснение строится от противного. Заболевание противостоит нормальному здоровому состоянию как нечто такое, что не свойственно человеку, привнесено извне и от него не зависит. Первые люди не болели и не умирали до тех пор, пока не были нарушены какие-либо божественные установления или не совершены грехи. В Библии – это Адам и Ева, в мифологии каичинов Бирмы – Аннакоит-лок, в индийской мифологии смерть создает Брахма, чтобы избавить мир от перенаселения [6, с. 11]

С православной точки зрения, болезнь является нормой земной жизни, поскольку в грехопадении прародителей Адама и Евы человеческая плоть изменила свои качества – стала немощной, склонной к болезням и старости, смерти и тлению. Болезнь – закономерное явление еще и потому, что человек вольно или невольно впадает в грехи, которые также ведут к болезням [5, с. 7].

Выводом из вышесказанного является мысль, что «болезнь» посылается только сильным духом людям для их самосовершенствования и открытия новых жизненных сил, ведь нередко болезни оберегают нас от необдуманных поступков, саморазрушения и бесполезного прожигания жизни.

Медицина неустанно изобретает разнообразные способы лечения смертельных болезней, а главная причина любой болезни – это сам человек и его неправильный путь, что помогают понять нам временные лишения. Большое количество людей начинают ценить их собственную жизнь, лишь

оказавшись на грани смерти, только после преодоления пограничных состояний люди начинают жить, замечая уникальность каждой минуты и важность каждого вдоха. Сакральный смысл языковой единицы «болезнь» состоит в понимании «болезни» как способа остановиться и понять, правильно ли человек относится к жизни, осуществимы ли его мечты и нужно ли ждать завтра, чтобы изменить привычный ход вещей; способа познать себя и открыть новые горизонты духовной составляющей внутреннего мира.

В современном мире преобладают материально-ценностные ориентиры, которые движут нашим мировосприятием, именно это и является основным фактором трансформации священной для человека языковой единицы «болезнь», в значении шанса на изменение и исправление ошибок, на примитивное и вполне приемлемое для эпохи эгоцентризма понимание «болезни» как трудности и барьера для новых достижений. В связи с профанизацией современного мира в представления человека произошла деформация первоначального понимания данной языковой единицы, что и следует выводом из нашего исследования.

Литература

1. Братусь Б. С. Христианская и светская психотерапия / Б. С. Братусь // Московский психотерапевтический журнал. – 1997. – № 4 (18). – С. 7–20.
2. Даль В. Толковый словарь живого великорусского языка / В. Даль: в 4 т. – Т. 1. – М. : Рус. яз. – 1978. – 699 с.
3. Гараджа В. И. Социология религии / В. И. Гараджа: учебное пособие для студентов и аспирантов гуманитарных специальностей. – М. : Наука, 1995. – 223 с.
4. Горкин А. П. Энциклопедия «Биология» (с иллюстрациями) [Электронный ресурс] / А. П. Горкин. – Режим доступа : https://bookz.ru/authors/gorkin-a-p-gl-redaktor/enciklop_259/1-enciklop_259.html.
5. Жохов В. Христианское отношение к болезни и врачеванию / В. Жохов. – М. : «Terra», 1996. – 150.
6. Тхостов А. Ш. Болезнь как семиотическая система / А. Ш. Тхостов // Вестник Московского университета. Психология, 1993. – № 1. – С. 3–16.
7. Элиаде М. Священное и мирское / М. Элиаде. – М. : Изд-во МГУ, 1994. – 144 с.

КОМПАРАТИВНА ФРАЗЕОЛОГІЯ У ТВОРАХ УКРАЇНСЬКИХ ПИСЬМЕННИКІВ ХХІ СТОЛІТТЯ

*Протазюк Ганна Іванівна,
магістрантка, 2 курс, філологічний факультет;
Шкуран Оксана Володимирівна
кандидат філологічних наук, доцент
кафедри української філології та видавничої справи,
Луганський національний університет імені Т. Шевченка*

Фразеологія як незалежна лінгвістична галузь виникла завдяки творчим зусиллям радянських та пізніше російських та українських лінгвістів. Історична фразеологія в своїй основі завдячує працям О. О. Потебні, Ф. І. Буслаєва, І. І. Срезневського, М. Ф. Сумцова, Л. А. Булаховського, В. В. Виноградова, Б. О. Ларіна. Великими здобутками фразеології постали лексикографічні праці І. М. Снегирьова, В. І. Даля, М. І. Міхельсона, І. І. Носовича та ін. Своєрідною енциклопедією української фразеології, за словами В. М. Русанівського та С. Я. Єрмоленко, словник М. Номиса, що нараховує 14339 одиниць. Історичний та етимологічний аспекти фразеології плідно розробляли Л. І. Коломієць, Л. Г. Скрипник, Ф. П. Медведєв, М. І. Толстой, Г. А. Селіванов, М. М. Шанський та продовжують йти цією стежею В. М. Мокієнко та ін.

У фразеологічних студіях останніх років знаки вторинної номінації – порівняльні (компаративні) фразеологізми (КФО) – постають важливим матеріалом для дослідження людського чинника в мові. Як і паремійний фонд мови, вони інформативні й виявляють національно-культурний компонент концепту. Компаративні фразеологічні одиниці з потужним емоційно-експресивним та оцінним потенціалом репрезентують світоглядні позиції, традиції, звичаї, етичні приписи, багатовіковий досвід людства, нагромаджений упродовж історичного розвитку етносу як результат практичного й духовного освоєння навколишнього світу.

Термін компаративна фразеологія мовознавці трактують неоднозначно: по-перше, як систему КФО, по-друге, як синонім до поняття зіставна фразеологія, що є галуззю дослідження контрастивного мовознавства. Термін КФО введений у науковий обіг фразеологом німецької мови І. Чернишевою (1963) і функціонує в лінгвістиці вже більше півстоліття. Функціонують й інші назви: стійкі народні порівняння, стійкі порівняння, порівняльні вислови, постійні порівняння, порівняльні фраземи, порівняльні фразеологізми, фразеологізовані порівняння, фразеологічні порівняння, компаративні фразеологічні одиниці, компаративні фразеологеми, напівкомпаративні фраземи, стійкі компаративні сполуки.

Якщо фразеологія являє собою розділ мовознавства, що вивчає лексично неподільні поєднання слів, усталені звороти і вислови, то компаративна

фразеологія – стійкі, відтворювані, частково або цілісно переосмислені експресивні одиниці мови, що мають формальні ознаки компаративності у вигляді порівняльних сполучників або інших порівняльних конструкцій.

У мовознавстві є різні визначення компаративної фразеологічної сполуки. У статті ми так визначаємо: надслівна, оцінна, семантично цілісна (з допуском варіантності) експресивна порівняльна одиниця, яка виконує вторинно-номінативну функцію, відтворювану певною лінгвospільнотою. Додамо, що суть семантики КФО становить «мисленнєве порівняння предметів та їх властивостей за гомогенними ознаками з метою розширення гносеологічного сприйняття або досягнення образності у сфері стилістичної номінації» [7, с. 5].

Проблему виокремлення компаративних одиниць в особливу групу фразеологізмів намагалися розв'язати Н. Амосова, А. Кунін, А. Панасенко, Л. Скрипник, Г. Удовиченко, І. Чернишева, беручи до уваги, що: для надання одиниці статусу компаративеми вона повинна бути зафіксована не менше ніж у трьох різних авторів, у двох лексикографічних або фразеологічних працях; встановлена фразеологічна ідентифікація; ураховано комплексний підхід; проведено контекстологічне дослідження; подано варіації зазначеної одиниці.

Якщо звертатись до української фразеології ХХІ століття, то одне з чинних місць посідає постать Андрія Олександровича Содомори – українського перекладача, письменника, науковця, лауреата премії імені Максима Рильського Спілки письменників України за повний переклад Горация українською мовою (1986), премії імені Г. Кочура (2010). «Репертуар», манера писання якого не зважаючи на сучасні віяння, тяжіють до класики, яка ще наповнена незрівняним багатством української мови – фразеологізмами, що разом з елегійною тональністю письма, переливами прози в поезію та психологічних спостережень у філософські медитації дають незвичайний матеріал для дослідження.

Зазначений тематичний напрям підпорядковує собі й відтінок самих фразеологічних одиниць: «прихилилась душею» [6, с. 22], «сърбнувши чимало гіркоти» [6, с. 22], «відлягає від душі» [6, с. 22], «тліє в устах» [6, с. 25], «носимо в душі» [6, с. 125], «біжить думкою» [6, с. 126]. Цікаво те, що твір 2010 року не вміщує в собі неологізмів, жаргонізмів уже «сучасного» світу. Іноді виникає враження, що твір родом з ХІХ століття, аж ніяк не пізнішого, судячи з стилістичної забарвленості та вишуканості художнього слова: «що аж очі разила» [6, с. 7], «мов на замовлення» [6, с. 15], «мов заворожений» [6, с. 15]. У межах цього дослідження важко оперуватись класичною класифікацією фразеологізмів.

Компаративна фразеологія характеризується образною зображеністю, порівняльно-метафоричним переосмисленням, посиленням виразної ознаки, спонукання до моделювання по обмеженому наборі прийомів, структур – це конструювання, незавершеність становлення зі значного числа випадків фразеоформ й комунікативно-прагматичної активності.

Розряд компаративної фразеологічної одиниці представляє собою цілісний системний корпус мовних одиниць.

Таким чином, у творах української літератури ХХІ століття представлено багатий фразеологічний матеріал, ілюстрований компаративними стійкими одиницями, що потребують подальшого наукового дослідження.

Література

1. Авксентьев Л. Г. Сучасна українська мова. Фразеологія / Л. Г. Авксентьев. – Х. : Вища шк., 1983. – 137 с.
2. Долгова А. О. Граматична та лексико-семантична структура стійких порівнянь як класу фразеологічних зворотів / А. О. Долгова. – Минск : Харвест, 2007. – 232 с.
3. Кочерган М. П. Основи зіставного мовознавства / М. П. Кочерган. – К. : Академія, 2006. – 424 с.
4. Левченко О. П. Фразеологічна символіка: лінгвокультурологічний аспект / О. П. Левченко. – Львів : Національна академія, 2005. – 349 с.
5. Словник української мови : в 11 т. – К. : Наук. думка, 1970-1980. – 10 т. – 799 с.
6. Содомора А. О. Сльози речей: Новели, образки, медитації / А. О. Содомора. – Львів: ЛА «Піраміда», 2010. – 172 с.
7. Шкуран О. В. Національно-культурне підґрунтя компаративних фразеологізмів східнослов'янських та східностепових говірок Середнього Подінців'я : дис. на здобуття ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.01 «Українська мова» / О. В. Шкуран. – Луганськ : ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка», 2011. – 525 с.

О ФРАЗЕОЛОГИЗМАХ С ТРАДИЦИОННЫМИ НАИМЕНОВАНИЯМИ ЕДИНИЦ ИЗМЕРЕНИЯ В СОСТАВЕ

*Ходаковский Ярослав Сергеевич,
студент I курса электротехнического факультета;
Лазарева Людмила Константиновна,
кандидат филологических наук, доцент кафедры русского языка
ГОУ ВПО «Донецкий национальный технический университет»*

Актуальность избранной темы определяется тем, что фразеология – одна из важнейших частей любого языка – представляет собой интерес не только с точки зрения образцов собственно вербального кода. Не менее важным представляется и то культурное содержание, которое находится вне фактического языкового выражения, но входит в ареал коммуникативной компетенции соответствующего этноса. Фразеология, долгие века сберегаемая нашими предками, утрачивает популярность среди молодежи. Одной из причин этого является использование во фразеологии архаизмов. Настоятельная потребность активизировать подспудно хранимую в сознании современной молодежи когнитивную информацию представляется очевидной.

Фразеологизмы – устойчивые сочетания слов, свойственные определенному языку, содержат, кроме всего прочего, образный компонент, расшифровку которого следует искать во внутренней форме фразеологизма.

Это, безусловно, относится и к фразеологизмам, имеющим в своем составе традиционные наименования единиц измерения. Данные фразеологизмы являются исконно русскими оборотами, прочно вошедшими в наш язык и воспринимаемыми как естественный элемент речи, идущий от народа, из глубины веков.

Для понимания таких фразеологизмов необходимо исследовать возникновение старинных русских единиц измерения, а также их количественных значений. Интересно, что большая часть таких номинаций опирается на наименования частей человеческого тела. И это неслучайно, поскольку все эти специфические измерительные приборы (пальцы рук, ладонь, ступня, шаги) у человека всегда с собой. Самыми известными старинными мерами длины были перст, вершок, пядь, сажень, локоть, аршин. Правда, при таких измерениях нередко возникали различия в результатах. Это стало причиной того, что в процессе измерений использовались усредненные значения.

Рассмотрим некоторые фразеологизмы с вышеуказанными единицами измерения.

– *Перст указующий, перст судьбы, один как перст.* В старину палец руки называли «перстом». И так же называлась самая маленькая единица длины. Русский перст был равен ширине указательного пальца, что составляет

примерно 2 см. Это наименование долгое время использовалось для определения размеров мелких предметов. Сегодня слово «перст» устарело. Оно осталось лишь во фразеологизмах и отдельных словах, например, перстень, наперсток, перчатки.

Вершок. Это наименование встречается еще в «Домострое» (XVI в.). Когда-то так называли верхнюю часть чего-либо. Говоря о вершке как о единице длины, имели в виду верх перста, приблизительно 4 см 5 мм. О маленьких можно сказать: «От горшка два вершка». А о возможной гибели говорили: «На вершок от гибели».

Среди прочих древних наименований мер длины, известных с XII века, слово **«пядь»** (или пядень). Название меры произошло по одной версии от славянского глагола «пяи» – растягивать, а по другой – от слова «пять», то есть кисть руки. Известно о трех древнерусских пядях. Малая пядь определялась расстоянием между концами растянутых большого и указательного пальцев, т. е., около 19 см. Великая пядь равнялась расстоянию между концами большого пальца и мизинца, или 23 см. Наконец, добавив к малой пяди две длины сустава указательного (по некоторым источникам – среднего) пальца, можно было получить пядь с кувырком, примерно 27 см. А мы знаем устойчивые выражения: «Не отступить ни на пядь»; «Семи пядей во лбу».

«Аршин» – был признан официальной мерой длины с XII века. Предполагается, что слово «аршин» восходит к персидскому «арш» – локоть, попавшему через тюркские языки в русский. Аршин равнялся длине руки – от основания плеча до кончика вытянутого среднего пальца. Выражение «словно аршин проглотил» использовалось при описании физиологического состояния человека, а также о способности держать спину неестественно прямо, что свойственно высокомерным людям. А вот о том, кто судит о чем-то односторонне, со своей точки зрения, говорят: «Меряет на свой аршин». Это выражение появилось, потому что недобросовестные торговцы специально уменьшали свои линейки-аршины, обманывая покупателей. Но те, зная об этом, приходили в лавку со своим аршином.

Наименование **«сажень»** происходит от славянского слова сѣг – шаг. Первоначально оно и означало расстояние, на которое можно шагнуть. Позже стало употребляться для обозначения расстояния между вытянутыми пальцами раскинутых рук (мерная сажень – 176 см). Сажень простая (152 см) – расстояние между размахом вытянутых рук человека от большого пальца одной руки до большого пальца другой. Сажень косая (248 см) – расстояние между подошвой левой ноги и концом среднего пальца вытянутой вверх правой руки. Специалисты считают, что первое упоминание термина относится к XI в. «Косая сажень в плечах» – говорят о человеке богатырского телосложения. Строго говоря, фразеологизм прост и понятен. Два с половиной метра в плечах – безусловный признак богатырского телосложения.

Для измерения больших расстояний использовалась «верста». Исследователи утверждают, что это наименование происходит от слова

«вертеть», которое первоначально означало поворот плуга, а потом ряд, то есть, расстояние от одного до другого поворота плуга при пахоте. Длина версты в разное время была различной – от 500 до 750 саженей. При этом различали два вида верст: путевую, которой измеряли расстояние пути, и межевую, использовавшуюся для измерения земельных участков. Говорили «Слышно за версту», что соответствует современному выражению «слышно за километр». А вот значение фразеологизма «Коломенская верста» восходит к следующему событию. В XVII в. «верстами» называли верстовые столбы на дорогах. Так, например, дорога из Москвы в село Коломенское, которая вела ко дворцу царя Алексея Михайловича, была уставлена верстами большой высоты. Отсюда и происхождение фразеологизма. Нередко это словосочетание использовалось при описании человека очень высокого роста.

Названия русских мер продолжают использоваться во фразеологических оборотах. Даже не всегда известные молодежи по происхождению, не всегда используемые по прямому назначению, они прочно вошли в нашу жизнь в виде устойчивых выражений, и от этого наша речь стала ярче и богаче.

Литература

1. Быстрова Е. А. Учебный фразеологический словарь русского языка / Е. А. Быстрова. – М. : «АСТ-ЛТД», 1997. – 304 с.
2. Корхалева А. А. Старинные русские меры в истории и художественной литературе [Электронный ресурс] / А. А. Корхалева. – Режим доступа : http://genius.pstu.ru/file.php/1/pupils_works_2013/Korhaleva.pdf.
3. Куратов А. А. Метрология России и русского Севера / А. А. Куратов. – Архангельск : Географическое общество СССР (Архангельский филиал), 1991. – 36 с.
4. Молотков А. И. Фразеологический словарь русского языка / А. И. Молотков. – М. : «Русский язык», 1986. – 543 с.
5. Старинные русские меры длины, веса, объёма [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://mer.kakras.ru>.

ФОРМИРОВАНИЕ ЭТНОКУЛЬТУРНЫХ ЦЕННОСТЕЙ У СТУДЕНТОВ ПОСРЕДСТВОМ РУССКОГО ЯЗЫКА

*Кузнецова Лилия Андреевна,
студент II курса факультета
юриспруденции и социальных технологий;
Светличная Влада Юрьевна,
старший преподаватель кафедры краеведения
ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики»*

Вопросы соотношения культуры, образования и духовности в наиболее острой форме обнаруживаются именно в периоды смены жизненных укладов и ценностей в обществе. В ситуации становления Донецкой Народной Республики, демократизация гражданского общества, всего полиэтнического пространства ДНР одной из актуальных проблем и важнейшим условием формирования современной молодежи выступает этнокультурное воспитание. Именно поэтому одной из основных государственных образовательных задач является разработка современных систем воспитания, формирующих мировоззренчески-нравственную личность с устойчивыми этнокультурными ценностями, которые находятся в бесконечном движении и изменяются в зависимости от условий экономического, политического, социального развития как государства, так и этноса в нем.

В связи с необходимостью формирования и воспитания этнокультурных ценностей современной молодёжи наблюдается повышение интереса к народной педагогике с её богатым опытом воспитания, что связано с расширением и углублением исторически сложившихся межкультурных связей.

Проблемы народной педагогики исследованы в различных аспектах В. Ф. Афанасьевым, Л. Д. Вавиловой, Г. Н. Волковым, К. Ж. Кожахметовой, О. Д. Мукаевой, Т. Н. Петровой, Р. К. Санабасовой, К. Д. Ушинским, Я. М. Ханбиковым, И. А. Шоровым и др. Также вопросам народной педагогики посвящены работы Г. Н. Волкова, А. Ю. Шадже, Я. А. Коменского и многих других.

Неоспоримым фактом является то, что образование и воспитание – два неразрывных педагогических процесса. Важность изучения языка на широком культурно-историческом фоне неоднократно подчеркивали Ф. И. Буслаев, И. И. Срезневский, И. А. Бодуэн де Куртенэ, К. Д. Ушинский, Л. В. Щерба, Е. Д. Поливанов, В. В. Виноградов и другие видные ученые.

«Этнокультурные ценности являются совокупностью ценностей материальной и духовной жизни этноса: природа, народный быт, праздничная культура, история, традиции образования и воспитания, искусство, идеалы – все то, что основывается на единстве языка и культуры этноса» [2, с. 230].

Именно это единство делает возможным формирование этнокультурных ценностей студентов посредством изучения дисциплин гуманитарного цикла в целом и русского языка в частности. Язык и культура как феномены во взаимосвязи обуславливают процесс этнокультурной идентификации личности студента, без глубокого анализа которого «...нельзя постичь тайны человека, тайны языка и текста» [5, с. 223]. В этом процессе именно язык играет важную роль как средство накопления и передачи национального культурного наследия.

Важнейшая функция языка заключается в том, что он хранит культуру и передает ее из поколения в поколение. Профессор З.К. Тарланов определяет неразрывную связь языка с этносом: «Язык в этнических границах его носителей – это не только и не столько средство общения, сколько память, история народа, его культура, его мировоззрение и психология, закреплявшийся из поколения в поколение багаж знаний о природе и космосе, о воспитании и подготовке к жизни новых поколений людей в интересах сохранения и умножения этноса и его самобытности» [3, с. 208]. Именно поэтому язык играет столь значительную роль в формировании личности, национального характера, этнической общности, народа, нации.

Условиями, которые обеспечивают наиболее эффективное протекание формирования этнокультурной компетенции, являются учебные тексты в процессе изучения дисциплины «Русский язык и культура речи», а также на факультативных занятиях в вузах; активные формы учебной работы (сочинения различных типов: рассуждение, описание, повествование; эссе и т. п.).

На этапе формирования, воспитания и развития личности студента в процессе изучения русского языка очень важным является следование требованиям к учебному тексту как средству формирования этнокультурных ценностей. Критериями отбора учебных текстов являются: содержательные – информативность, этнокультурная ценность, типичность, занимательность, актуальный историзм; лингвометодические – доступность, целесообразность, познавательная и воспитательная ценность, образцовость [4, с. 163].

Этнокультуроведческий материал, который необходимо использовать для формирования этнокультурных ценностей студентов, чрезвычайно многообразен. Так, культуру нельзя себе представить без народного искусства, которое раскрывает истоки духовной жизни народа, наглядно демонстрирует его моральные и эстетические ценности, поэтому так велико его воспитательное значение. Поэтому на занятиях по русскому языку представляется целесообразным использовать огромные потенциалы родной культуры. Большое влияние на формирование любви к родному краю, к тому, что человека окружает, что ему близко могут оказать пословицы и поговорки. Использование на занятиях этих жанров устного народного творчества способствует формированию этнокультурной компетентности, позволяя оставаться обучению при этом живым и личностно значимым для студентов [2, с. 47–48].

Важно понимать также, что в процессе формирования этнокультурных ценностей и компетенций студентов необходима целенаправленная система

работы по использованию этнокультуроведческого материала при изучении всех дисциплин гуманитарного цикла.

Как видим, гуманитарные дисциплины способны решать задачи возрождения культурного потенциала каждого народа и его раскрытия посредством предметов филологических. Включение культуры в содержание обучения призвано содействовать формированию у современной молодёжи развернутого представления о родной культуре и культуре народов, проживающих в данном регионе, формированию эмоционально-ценностного отношения к национальной культуре, формированию национального самосознания, духовности и толерантности.

Целенаправленное и системное использование достижений этнической культуры при изучении филологических дисциплин, в том числе и русского языка, способствует гуманизации образовательного процесса и является серьезной предпосылкой формирования и совершенствования личностной структуры, нравственно-этической и социальной базы личности, сознающей себя представителем своего этноса, гражданином своей страны и субъектом мировой цивилизации. Возрождение этнической культуры в современных условиях возможно только через возрождение этнокультуры в системе образования вообще и гуманитарного образования в частности [2, с. 51].

Литература

1. Кожахметова К. Ж. Диалоговый подход к пониманию сущности поликультурного образования / К. Ж. Кожахметова // Этнопедагогика в системе образования. – 2009. – № 10. – С. 47–51.
2. Косянова О. М. Формирование этнокультуроведческой компетенции студентов национальных групп при обучении неродному языку / О.М. Косянова : учебник. – Самара : Изд-во Самар. ун-та, 1995. – 230 с.
3. Маслова В. А. Лингвокультурология: учебное пособие для студентов высших учебных заведений / В. А. Маслова: учебник. – М. : Академия, 2001. – 208 с.
4. Проблемы воспитания нравственной и эстетической культуры студентов. – Л. : Из-во ЛГУ. – 1981. – 300 с.
5. Тарланов З. К. Язык. Этнос. Время. Очерки по русскому и общему языкознанию / З. К. Тарланов: учебник. – Петрозаводск : Петрозавод. ун-т, 1993. – 250 с.

ОСНОВАТЕЛИ СЛАВЯНСКОЙ ПИСЬМЕННОСТИ ПОДВИЖНИКИ КИРИЛЛ И МЕФОДИЙ

*Македон Елизавета Александровна,
студентка II курса факультета ресторанно-гостиничного бизнеса;
Колесниченко Людмила Владимировна,
старший преподаватель кафедры лингводидактики
ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и
торговли имени Михаила Туган-Барановского»*

Кирилл и Мефодий – эти имена, несмотря на прошедшую тысячу лет, и в наше время хорошо известны всему славянскому миру. Никто другой из исторических деятелей тех времен не может сравниться с ними по значимости вклада в развитие славянской письменности и культуры.

Цель статьи - изучить научную литературу о Кирилле и Мефодии – предвестниках духовного единства славян, создателях славянской письменности и просвещения [2, с. 97].

В настоящее время накопилось огромное количество литературы о жизни и деятельности Солунских братьев; этой проблеме посвящены работы известных ученых XIX века Н. В. Ястребова, В. П. Бильбасова, О. М. Бодянского, А. В. Горского; среди исследователей XX века изучением жизни и деятельности Константина и Мефодия занимались С. Б. Бернштейн, В. А. Истрин, М. Н. Тихомиров, Б. Н. Флоря и другие.

Изобретение славянской письменности и перевод священного писания не были для Кирилла и его брата Мефодия случайным, это было делом их внутреннего сознания и убеждения. Кирилл и Мефодий родились (в 826 г. и 820 г. соответственно) в городе Солуни, расположенном в центре Македонской колонии на территории Греции. По афонскому преданию, отец их был болгарин, мать – гречанкой, поэтому родными языками для них были как греческий, так и македонский диалект болгарского языка.

Константин (в будущем Кирилл) отличался особыми дарованиями и в возрасте 14 лет, находясь при дворе византийского императора, изучил античные языки, риторику, музыку, математику, прекрасно знал духовную и светскую литературу, азбуки ряда языков. С детства увлеченный книгами, он работал библиотекарем в патриаршей библиотеке, читал лекции по философии. За свои знания и блестящие способности Константин получил прозвище «Философ». Позже в Риме, когда Константин тяжело заболел и почувствовал приближение смерти, он постригся в монахи и принял новое имя – Кирилл [4, с. 28].

Из двух братьев старшим был Михаил (в будущем Мефодий), правитель славянской области в Византии. Позднее в одном из монастырей он принял монашеский постриг с именем Мефодий.

В 862г. Великоморавский князь Ростислав обратился к Византии с просьбой прислать проповедников христианства по византийскому типу обрядов, но с условием, чтобы службы велись на славянском языке. Так в Великую Моравию отправилась миссия во главе с Константином Философом и Мефодием.

Младший брат писал, а старший переводил его труды. Младший создал славянскую азбуку, славянскую письменность и книжное дело, а старший практически развил созданное младшим. Младший был талантливым ученым, философом и тонким филологом; старший – способным организатором и практическим деятелем [3, с. 42].

Многочисленные рукописи, найденные исследователями славянской филологии, позволили установить, что древние славяне использовали две азбуки. Одну из них называют кириллицей (по имени ее создателя – Кирилла), другую – глаголицей (от старослав. «глаголать» – говорить). Обе эти азбуки по начертанию букв и по характеру письма очень не похожи одна на другую.

Славянская азбука в первоизданном виде, как создал ее Константин Философ, не сохранилась, но имеющиеся древние тексты позволяют детально изучить каждую букву как кириллицы, так и глаголицы. Какая же из двух азбук более древняя? Какая из них создана Константином (Кириллом)? На эти вопросы, к сожалению, до сих пор нет точного ответа.

Нам близка точка зрения тех исследователей, которые считают глаголицу более древней системой славянского письма, так как, на их взгляд, имеется достаточное количество фактов, свидетельствующих об этом. Например:

- памятники, написанные глаголицей, связаны с Моравией, Паннонией, Хорватией и Македонией, то есть с теми областями, где протекала деятельность славянских первоучителей и их учеников, а древнейшие кириллические памятники написаны, как правило, на Востоке Балканского полуострова, где непосредственного влияния солунских братьев не было;

- памятники, написанные глаголицей, более архаичны по языку, чем кириллические тексты;

- глаголица менее совершенна по составу букв, чем кириллица;

- в кириллице используется ряд букв, обозначающих звуковые сочетания (греч. «кси» и «пси»), которые могли появиться у славян лишь с конца 9-го – начала 10-го века;

- в памятниках, написанных кириллицей, нередко встречаются отдельные слова или предложения в глаголической записи;

- на писчем материале того времени – пергаменте – кириллические тексты написаны на смытой прежде глаголице.

Источник кириллицы ни у кого не вызывает сомнений: в основу этой азбуки положен византийский унциал - торжественное, уставное письмо, дополненное глаголическими буквами, необходимыми для передачи специфических славянских фонем.

Источники глаголицы вызывают много споров: многие исследователи пытались сблизить глаголицу с иными системами письма – с хазарским,

сирийским, коптским, древнееврейским, армянским, грузинским и др. [1, с. 134].

В общих чертах история появления двух славянских азбук может быть представлена следующим образом.

Константин Философ (Кирилл), знакомый со многими азбуками, создал оригинальную, хорошо приспособленную к записи славянской речи азбуку. Завезенная Константином и Мефодием в Моравию, а затем и в Паннонию глаголица закрепилась здесь как специфическая славянская азбука. Позднее, после долгих исканий Константином была изобретена более совершенная азбука, которую стали называть кириллицей. Но это лишь одна из версий, кажущаяся нам достаточно аргументированной.

Таким образом, создание славянской письменности с полным основанием приписывается братьям Константину-Кириллу Философу и Мефодию. Культурная традиция, заложенная святыми братьями в течение многих веков, вплоть до настоящего времени, остается основополагающей.

Подведем итоги: трудно переоценить величие подвига Солунских братьев, которые дали славянам письменность: создали новый алфавит, отвечающий звуковому строю славянского языка; произвели отбор фонетических и грамматических признаков, ставших нормой письменного языка, провели сложную работу по созданию специальной терминологии, положив начало не только церковной, но и светской литературе. Они первые организовали богослужение на славянском языке, переведя на этот язык все необходимые в церковном ритуале служебные книги, создали первый славянский письменный язык, который принято называть старославянским. И, наконец, Кирилл и Мефодий явили своей собственной жизнью пример святости, совершения подлинных подвигов, борьбы за истину.

Литература

1. Бернштейн С. Б. Константин-Философ и Мефодий / С. Б. Бернштейн. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 1984. – 167 с.
2. Гильфердинг А. Собрание сочинений / А. Гильфердинг : Том 1. – С.-Петербург [б. и.], 1868. – 440 с.
3. Карский Е. Ф. Славянская кирилловская палеография / Е. Ф. Карский. – М. : Издательство «Наука», 1979. – 517 с.
4. <http://www.bogoslov.ru>

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ СИМВОЛОВ С ЖИЗНЬЮ

*Сафарова Эльвира Вагиф кызы,
студентка 2 курса архитектурного факультета;
Ковалёва Наталья Александровна,
кандидат филологических наук,
доцент кафедры прикладной лингвистики и межкультурной коммуникации
ГОУ ВПО «Донбасская национальная академия строительства и
архитектуры»*

В течение жизни человек познает мир и сливается с ним в единое духовное целое. У каждого индивидуума свое мировоззрение и свой подход к реализации жизненных функций. Многие проявляют свои особенности в области искусства для отображения рефлексивных эмоций, которые не передаются в словесной форме.

Я. Э. Сафарова написала картина «Хлопок одной ладони». На ней изображен синтез двух ядер: ядро жизни с ядром символов. Ядро, представляющее жизнь человека, выступает в роли материальной ладони, а ядро символов – в роли духовной. Соприкосновение этих форм символизирует движение жизни и течение энергии, не имеющие звука в нашем измерении. Однако наша жизнь течет, переплетая в себе материальную и духовную форму, так как одна без другой не может существовать.

В различных культурах и религиях существуют особые атрибуты, наделенные своеобразной волшебной энергией. Таких примеров большое количество, но каждый из них имеет свое предопределение. Жизненный цикл включает в себя связь с животным и растительным миром.

Слон. Население стран Азии поклоняется символическому образу слона и верит в его магическую силу. Для большинства стран Европы слоны – это существа, символизирующие плодородие, мощь, гениальность, эрудицию и твердость.

Верблюд. Верблюд является божественным существом в восточных странах. Он олицетворяет могущество, нелегкую работу, напористость, преуспевание и выдержанность. Верблюд часто опускается на колени. Эту повадку отождествляют с преклонением тела в молитве. В свете фен-шуй верблюд представляется покровителем людей, помощником и заступником их от невзгод и страданий.

Рыба. Образ рыбы зачастую можно увидеть в местах встреч древних христиан, в подземельях, некрополях римского государства, а также в архитектуре средневековья. Рыба являлась знаком нового вероисповедания, отличительным признаком у православных.

Дерево. В древних мифах разных эпох определение «древо жизни» имеет тождественное толкование и изображение. Оно может быть спутником жизнедеятельности человека, его появления на свет, земной жизни и кончины. Поэтому толкование этого значения имеет глубокий смысл. Изначально смысл древа жизни находится в соединении и согласовании с миром, небесами, человечеством и духовной основой. Этот знак представляет собой бесконечность, воскрешение с того света, плодородие. В православии древо жизни ассоциируется с формированием духовных сил людей, их желанием понять и приблизиться к Вседержителю и связь каждого человека с тем, к кому он обращается с молитвами.

Перечень знаковых символов складывается из полумесяца (лунный серп), хамсы и назар глаза.

Полумесяц со звездой является отличительной эмблемой турецкого государства и ислама. Сегодня эта эмблема представляет мусульманскую религию, хотя ранее к ней обращались народы Азии до появления ислама. Полумесяц под крестом типичен для многих русских святынь еще с церковнославянской эпохи. Они встречались в старинных соборах до противоборства с мусульманами.

Образ растущей луны упоминается в правилах описания икон религии индуизма. Со временем полумесяц был принят величественными султанами и мусульманскими государями. Незаметно превратился в символический знак могущества и главенства в западной Азии, и османское государство получило его в наследство.

Хамса – оберег, изображающий ладонь, который популярен среди евреев и арабов. Его название происходит от семитской основы и обозначает число пять. Обычно хамса имеет симметричную форму с большими пальцами с обеих сторон. Она распространена у мусульман и иудей, но была известна еще до появления этих вероучений.

Назар глаз – это один из характерных реквизитов обрядового раннеисламского апотропеического чародейства в виде талисмана от порчи. В России он именуется как глаз от сглаза. Самобытное отождествление стеклянного глаза имело место в эпоху доисламского прошлого осман. В культурных центрах Крыма и Одессы аналогичные амулеты можно встретить среди памятников древних славян и древних греков.

Картина «Хлопок одной ладони» символизирует жизнь человека, которая является извечным процессом движения и олицетворяет безостановочное течение и перемещение энергии. Материальная форма однажды разрушится, однако ее разрушение не прекратит движения жизни. Этот духовный принцип бесконечного движения является ключевым моментом, который несет в себе символы жизни разных религиозных традиций.

Литература

1. Брокгауз Ф. А. Энциклопедический словарь Брокгауза и Ефрона / Ф.А.Брокгауз, И. А. Ефрон. – СПб. : «Ф. А. Брокгауз – И. А. Ефрон», 1890-1907. – 488 с.
2. Вознесенская М. М. Слон в русской фразеологии / М. М. Вознесенская. – М. : Русская речь, 2011. – 123 с.
3. Петрухин В. Я. Славянские древности: Этнолингвистический словарь / В.Я.Петрухин // Под общ. ред. Н. И. Толстого. – Институт славяноведения РАН. – М. : Межд. отношения, 2004. – 254 с.
4. Успенский Б. А. Солярно-лунная символика в облике русского храма / Б. А. Успенский. – М. : Языки славянских культур, 2006. – 258 с.
5. Успенский Л. А. Богословие иконы Православной Церкви / Л. А. Успенский. – М. : Издательство Западно-Европейского Экзархата, 1989 г. – 41 с.

ФОРМУВАННЯ ЕТНОКУЛЬТУРНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ

*Нездаймінова Лоліта Геннадіївна,
учениця 10 класу;
Мерецька Надія Зеновійвна,
учитель української мови та літератури
вищої категорії, старший учитель
МНЗ «Середня школа № 7 м. Макіївки»*

На сучасному етапі розвитку людська цивілізація увійшла в якісно нову фазу розвитку, для якої характерне посилення інтернаціоналізації життя, що виявляється в культурному, інформаційному й економічному обміні і співробітництві. Однак, не зважаючи на те, що учасниками міжкультурних відносин стає все більше і більше людей – представників різних народів і культур, людство залишилося не підготовленим до життя в умовах етнокультурного різноманіття, про що свідчить збільшення конфліктів на міжетнічному ґрунті. На сьогоднішній день стає очевидним, що людство прагне до розширення взаємозв'язку та взаємопізнання інших країн, народів і їх культур.

Взаємодіючи з представниками інших культур, люди водночас виступають представниками власних культурних традицій і стають учасниками міжкультурних контактів, які можуть бути ускладнені впливом різних мовних традицій, звичаїв, норм поведінки. Безумовно позитивні, на перший погляд, процеси глобалізації світу, які об'єднують народи, сприяючи тим самим науково-технічному прогресу, мають і негативні наслідки, які виявляються в стиранні етнічності, уніфікації життя за чужими стандартами. Своєрідним захистом народів проти глобальної інтервенції «масової культури» є зростання національної свідомості народів, що приводить до бажання захищати своєрідність своєї національної культури, що, в свою чергу, перешкоджає забуттю накопиченого впродовж століть унікального досвіду різних народів і сприяє збереженню та ретрансляції наступним поколінням історії, релігії, мови та атрибутів духовної, матеріальної і загалом національної культури.

Всі найвидатніші педагоги світу визнавали, що виховання молоді завжди має ґрунтуватися на культурно-історичних цінностях своєї нації, а вже пізніше відбувається знайомство з традиціями інших народів. Головною передумовою розвитку суспільства є передання матеріальних, культурних (духовних) надбань попередніх поколінь наступним.

Найголовнішим джерелом передачі культури певного етносу є комунікація. Тому сама проблема підготовки до етнокультурної взаємодії має глибокі філософські, соціологічні та психолого-педагогічні основи, які відображають її історичний розвиток і становлення [1, с. 68]. Цікавою як для філософії, так і для психології при вивченні проблеми підготовки до комунікативної взаємодії є праця М. М. Бахтіна «Проблеми поетики Достоевського». Не наголошуючи на

дослідженні саме сфери комунікативних відносин, автор в основу своїх поглядів закладає певне уявлення про суть людської комунікації, розвиває ідею про діалогічний метод у роботах російського письменника, що і робить можливим повноцінну комунікацію – певний діалог. Таким чином, М. М. Бахтін вводить в акт мовлення слухача, виділяючи слово як продукт взаємовідносин мовця та слухача, а особистість співрозмовника як ключову категорію своєї філософії.

В. С. Біблер продовжує думку М. М. Бахтіна і в своїх роботах визначає, що культура – це «втягування всіх минулих і майбутніх культур в єдину цивілізаційну драбину, зрозуміти її можна в її всезагальності як безкінечний світ можливостей» [3, с. 16].

О. О. Потебня, працюючи в сфері філософії мови, звертає увагу на взаємовідносини мови, нації і культури. Перша є породженням і виявом народного духу, а загальнолюдська культура існує через їх взаємодію [4]. Відомий соціолог Ф. К. Знанецький зазначав, що «світ культури є світом цінностей». За багато тисяч років у культурному житті нагромадилась така безліч звичок до традицій, що «сучасна людина зовсім не здатна до пізнання сприйняття світу інакше, як крізь призму культури». Один із героїв Е. Хемінгуея сказав: «Мені однаково, що таке світ. Все, що я хочу знати, як жити у ньому. Мабуть, якщо додуматись як у ньому жити, тим самим зрозумієш, який він». Тобто, щоб навчитися жити в певному етнокультурному середовищі, потрібно засвоїти життєвий досвід цього етносу (народу) [5, с. 100].

Мова тісно пов'язана з культурою, вона формує, забезпечує неповторне знайомство зі світом. Через мову відтворюються особливості історії, культури народу, його способу життя, менталітету, мовної картини світу.

К. Д. Ушинський стверджує у своїй праці «Людина як предмет виховання»: «Слова виховання і виховувати, в найширшому значенні, - це сприяння розвитку будь-якого організму через належну йому їжу, матеріальну або духовну». Тому основним посередником в формуванні етнокультурності стає вчитель як носій цієї культури, який за допомогою комунікативної діяльності сприяє прищепленню молоді знань національної культури [6, с. 230]. Мова – це не лише важливий засіб комунікації, але й засіб для повноцінного сприйняття багатства своєї культури. Тому педагог підкреслює можливість та необхідність навчання комунікативній взаємодії: «... слід, щоб ваша мова була образна, супроводжувалась доброю мімікою...» [7, с. 72].

В. О. Сухомлинський, наголошує, що «...вихованець - це дзеркало вихователя. Формування та становлення комунікативної взаємодії, знайомство з культурними особливостями, за В. О. Сухомлинським, починається ще в сім'ї, а далі продовжується в шкільному та студентському колективах, де за допомогою певних засобів та прийомів особистість збагачується знаннями про культуру певного етносу» [8].

С. Русова в своїх педагогічних працях зазначала: «Кохаючи свою національну культуру, дитина поважатиме інші національності і цікавитиметься їх життям» [9, с. 35].

Термін «культура» походить від латинського – вирощування, оброблення, догляд. На сьогодні існує близько 500 визначень даного поняття і сам термін зазнав значної еволюції та вживається в найрізноманітніших значеннях – від обробки землі до виховання, освіти, розвитку [10, с. 236].

Культура охоплює життя і працю людини [10, с. 26]. Найбільш загальне філософське визначення поняття «культура» означає все те, що створено людством, навідміну від того, що створено природою [10, с. 89]. Доволі часто термін «культура» трактується як результат цілеспрямованої діяльності людей. Культурою також називається все те, що створено людьми в процесі фізичної і розумової праці для задоволення їхніх різноманітних матеріальних і духовних потреб.

У науковій літературі усталеною є думка, що існування світової культури як цілісного феномену можливе за умови єдності етнокультурного розмаїття. Саме через вплив національної культури відбувається і водночас полікультурне виховання. Одним із принципів культурології освіти, що відбиває фундаментальні властивості культури, освіти і виховання в їх взаємозв'язку, є полікультурність [8].

Під полікультурною освітою дослідники розуміють освіту, спрямовану на збереження і розвиток усього різноманіття культурних цінностей, норм, зразків і форм діяльності, що існують у певному суспільстві, і на успадкування її молодим поколінням.

Література

1. Стельмахович М. Г. Народна педагогіка / М. Г. Стельмахович : Навч.-метод. посібник. – К. : ІЗМН, 1997. – 220 с.
2. Бейкер Г. Виховання особистості / Г. Бейкер. – К. : ІЗМН, 2003. – 128 с.
3. Біблер В. С. На гранях логіки культури: Книга избранных очерков / В. С. Біблер. – М. : Русское феноменологическое общество, 1997. – 423 с.
4. Потебня О. О. Полн. собр. трудов: Мысль и язык / О. О. Потебня : Т. I. – М. [б. и.], 1999. – 231 с.
5. Матсейків Т. І. Народні педагогіка в її історичному розвитку. – К. : Просвіта 1993. – 391 с.
6. Ушинський К. Д. Про народність у громадському вихованні / К. Д. Ушинський : Пед. тв. : В II томах. – К. : Знання, 1973. – 324 с.
7. Макаренко А. С. Книга для батьків. – К. : Знання, 1994. – 400 с.
8. Сухомлинський В. О. Батьківська педагогіка / В. О. Сухомлинський. – К. : Рад. шк., 1988. – 376 с.
9. Русова С. Ф. Теорія і практика дошкільного виховання / С. Ф. Русова. – Львів-Краків-Париж. : Просвіта, 1993. – 187 с.
10. Сисоєва С. О. Основа педагогічної творчості / С. О. Сисоєва : підручнк. – К. : Міленіум, 2006. – 346 с.

ОСОБЕННОСТИ КОММУНИКАТИВНОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ ПОДРОСТКОВ

*Данилова Александра Евгеньевна,
ученица 11-А класса;
Бойко Виктория Александровна,
учитель украинского языка и литературы
МОУ «Школа № 28 г. Донецка»*

Люди не могут обходиться без общения. Именно оно играет большую роль в жизни и деятельности человека. Общение является основным условием для развития и формирования личности человека, его психических процессов, свойств характера, а также функций сознания. Говоря об общении как о главном условии развития личности, нельзя не заметить, что грамотность в общении необходима всем. Именно грамотность определяет степень компетентности человека.

Компетентность в общении предполагает развитие адекватной ориентации индивида в самом себе – собственном психологическом потенциале, потенциале партнера, в ситуации и задаче.

Актуальность работы состоит в значимости коммуникативных навыков в жизни любого человека, тем более подростка. Ведь подростковый период – это период самоидентификации и поиска своего места в мире и обществе. От того как подросток в данный период успешно научится выстраивать отношения со взрослыми, со своими родителями, а также сверстниками, зависит его удовлетворенность во многих аспектах его жизни в будущем.

Проблема исследования коммуникативной компетентности интересует многих отечественных психологов: В. В. Девятко, Ю. Н. Мельянова, Ю. М. Жукова, В. А. Кан-Калика, В. Н. Куницыной, А. А. Леонтьева, А. В. Мудрика, Л. А. Петровской и др. Такие зарубежные ученые как А. Бандура, Э. Берн, Т. Гордон, Д. Джулард, А. Маслоу, Я. Морено, Д. Хант, Д. Хоманс также занимались разработкой вопроса коммуникативной компетентности [1, 3].

Французский ученый А. Н. Перре-Клемон охарактеризовал «коммуникацию как общее понимание связей индивидуальных действий относительно совместного продукта и последующая реализация этих связей в структуре нового коллективного действия» [2, с. 223].

Обобщив все научные работы, посвященные проблеме коммуникативной компетентности, можно сделать вывод, что коммуникативной компетентность –

это система психологических знаний о себе и о других, умений, навыков в общении, стратегий поведения в социальных ситуациях, позволяющая строить эффективное общение в соответствии с целями и условиями профессионального и межличностного взаимодействия.

Высокий уровень коммуникативности является «залогом успешной адаптации человека в любой социальной среде, что определяет практическую значимость формирования коммуникативных навыков с самого раннего детства» [4, с. 103].

Учеными установлено, что с возрастом потребность в общении повышается и становится все более значимой в жизни детей. Одним из пиков развития у человека потребности в общении является подростковый возраст. Высокий уровень развития потребности в общении в подростковом периоде объясняется несколькими причинами. Наиболее важной и явной из них А. В. Мудрик считает постоянное физическое и умственное развитие, и в связи с этим расширение его интересов, рост интереса к миру [4].

Так как одной из основных компетентностей личности, является коммуникативная компетентность, то для подростка важно:

- знать особенности человеческого общения и закономерности восприятия,
- понимать и уметь слушать других,
- воспринимать собеседника как личность,
- адекватно реагировать на мнение окружающих,
- уметь разрешать конфликты,
- регулировать свое состояние,
- владеть невербальными средствами общения (поза, мимика, жесты, телодвижения) и т.д.

Коммуникативная компетентность должна являться одним из фундаментальных качеств в процессе становления личности, а коммуникативные знания, умения, навыки, обеспечить эффективное протекание коммуникативного процесса в любом виде деятельности. Обладать коммуникативной компетентностью для подростка значит быть склонным не только к общению с людьми, но и проявлять инициативу, устанавливать и поддерживать контакты, хотеть и уметь передавать свои мысли. Так как одним из главных качеств подростка, способного к эффективной коммуникации, является способность к рефлексии и эмпатии, то он должен уметь поставить себя на место другого, проявить свое сопереживание и сочувствие. Подросток должен овладеть не только языковыми формами, но у него должно быть сформировано представление о том, как их использовать в коммуникативном процессе [3].

Таким образом, можно сделать вывод, что коммуникативной компетентность – это система знаний о себе и о других, умений, навыков в общении, стратегий поведения в социальных ситуациях, позволяющая строить эффективную коммуникацию в соответствии с целями и условиями межличностного взаимодействия. Процесс общения пронизывает все сферы жизни и деятельности подростка. Коммуникативная компетентность являясь одной из ключевых характеристик личности, имеет особую значимость в жизни подростка, поэтому ее формированию следует уделять пристальное внимание.

Литература

1. Алифанова Е. М. Формирование коммуникативной компетенции детей дошкольного и младшего школьного возраста средствами театрализованных игр: Автореф. дисс. ... к.п.н. – Волгоград, 2001.
2. Бендас Т.В. Психология общения / Т.В. Бендас. – СПб. : Питер, 2009. – 448 с.
3. Зеер Э. Ф. Модернизация профессионального образования: компетентностный подход: Учеб. пособие / Э. Ф. Зеер, Ф. М. Павлова, Э. Э. Сыманюк. – М. : Изд-во Моск. псих.-соц. Института, 2005. – 216 с.
4. Кабардов М. К. Языковые и коммуникативные способности [текст] / М. К. Кабардов, Е. В. Арцишевская // Способности и склонности. – М. : Педагогика. 1989. – С. 103–104.

ЛИНГВОКОГНИТИВНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ КОНЦЕПТА ЛЮБОВЬ В АНГЛИЙСКОЙ ЯЗЫКОВОЙ КАРТИНЕ МИРА

*Вовченко Александр Александрович,
учащийся 10 класса;
Ткачев Владимир Игоревич,
учитель иностранных языков
Горловский лицей № 47 «Старт»*

Характерной особенностью современной науки о языке является ее стремление интегрировать в анализ языковых явлений результаты исследований других дисциплин – философии, логики, психологии.

Концепт ЛЮБОВЬ в английской языковой картине мира имеет все аксиологические особенности и выполняет роль оценочного оператора. ЛЮБОВЬ является концептом культуры, этнично и социально обусловленным. Вместе с тем, семантические параметры имени концепта, данные смежных наук – философии, этики, психологи, социологии, культурологи – позволяют определить концепт ЛЮБОВЬ категориальным, то есть, таким, который сохраняет категориальную информацию о классах объектов общечеловеческой значимости.

Начатое в античном мире видение ЛЮБВИ обогатилось на протяжении столетий достаточным эмпирическим материалом, который требует переосмысления с позиций современной науки, а точнее с использованием лингвокультурологических и лингвокогнитивных подходов.

Концепт определяется как оперативная единица концептуальной системы языка, которая порождается человеческим опытом через его взаимодействие с окружающим реальным миром [2, с. 9].

Понятие ЛЮБОВЬ составляет предмет философских исследований, его изучают лингвисты и психологи. Новейшие лингвистические данные в области аксиологии позволяют считать ценности, к которым принадлежит ЛЮБОВЬ, базой для построения концептуальной картины мира (ККМ) и её аспекта – ценностной картины мира (ЦКМ). Как лингвоментальное образование ЛЮБОВЬ относят к мировозренческим универсалиям [1, с. 21]. Классифицируя оценочные концепты, философы и логики определяют ЛЮБОВЬ как одну из широких аксиологических категорий, которые противостоят ЗЛУ и ХАОСУ [4, с. 29].

Толковые словари дают возможность судить о семантике лексемы, репрезентирующей концепт ЛЮБОВЬ. В словаре русского языка

С.И. Ожегова (1984) представлены две семемы лексемы ЛЮБОВЬ: 1) Чувство самоотверженной, сердечной привязанности (Л. к родине. Материнская Л. Горячая Л. Взаимная Л. Он – моя первая Л. (перен. о человеке)). 2) Склонность, пристрастие к чему – нибудь (Л. к музыке. Л. к искусству).

Из сем данных значений ключевой лексемы мы можем выделить следующие концептуальные признаки изучаемого концепта:

- 1) любовь может быть самоотверженной (Л. к родине);
- 2) любовь может быть инстинктивной (материнская Л.);
- 3) любовь может быть основана на половом влечении (чувственная Л.);
- 4) любовь может проявляться в форме склонности, влечения к ч-л (Л. к искусству).

Толковый словарь Cambridge International Dictionary of English (1995) даёт следующие дефиниции английской лексемы LOVE:

- 1) love means strong feelings of attraction towards and affection for another adult, or great affection for a friend or family member;
- 2) your love is a person that you love and feel attracted to. Love is also used as a friendly form of address;
- 3) strong liking for (Her love affair with ballet began when she was ten).

Часть приведённых английским толковым словарём семем (любовь как половое влечение; любовь как склонность к ч.-л.) совпадает с русским вариантом, однако английский словарь не выделяет признак самоотверженности любви. Кроме того, семемный состав лексемы LOVE не отражает признак материнской любви, как одной из её форм, хотя в английских дефинициях достаточно обобщённо упоминается любовь к членам семьи и друзьям [4].

Чаще всего концепт ЛЮБОВЬ вербализируется в современном английском языке при помощи существительного LOVE.

Исследуя английский паремиологический фонд мы можем сделать следующие логические выводы о доминантах концепта ЛЮБОВЬ в английской языковой картине мира и философской системе ценностей:

1. Любовь всесильна, ей ничто не может противостоять; от неё ничто не может укрыться: *Love conquers all, Love makes the world go round, Love is above King or Kaiser, lord or laws.*
2. Любовь делает человека лучше, чище, способствует формированию у личности высоких моральных ценностей, принципов: *Love covers many infirmities, Where love is, there is faith.*

Категориальный концепт ЛЮБОВЬ в английской ЯКМ обусловлен аксиологическими понятиями, которые лежат в его основе – универсальной

ценности, сознательно соотнесенной с идеалом, и начинается в этимоне ДОБРО, БЛАГО.

Понятие ЛЮБОВЬ состоит из двух сегментов – морального и утилитарного, оно градуировано и варьируется по высоте и силе ценности.

Вербализированный концепт ЛЮБОВЬ – культурная универсалия, содержание которой обуславливается английской ЯКМ. Особым свойством концепта является неразделимое единство его понятийной, ценностной и образной составляющих. Это структурированное целое, создано двумя сферами ДУХОВНОЕ и МАТЕРИАЛЬНОЕ.

Литература

1. Апресян Ю. Д. Прагматическая информация для толкового словаря // Прагматика и проблемы интенциональности: Сб. научн. тр. АН СССР. – М., 1988. – 360с.
2. Балашова Е. Ю. Концепты любовь и ненависть в русском и американском языковых сознаниях [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.lyubi.ru/phil89.6.php>
3. Гумбольдт В. Избранные труды по языкознанию: Пер. с нем. 2-е изд. – Прогресс, 2001. – 400 с.
4. Змеева И. В. Лингвокогнитивные характеристики средств вербализации концепта ДОБРО в английском языке: Дисс. ... канд. филол. наук: 10.02.04 / Харьковский национальный ун-т им. В.Н.Каразина. – Харьков, 2006. – 189 с.
5. Кагановська О. М. Концептуальний аналіз : сучасний стан і перспективи // Структурно-семантичні і когнітивно-дискурсивні парадигми сучасного романського мовознавства: Матеріали Другої Всеукраїнської наукової конференції романістів. – Чернівці: Рута, 2008. – С. 8 –11.

СЕКЦИЯ 4. МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Руководитель секции: ассистент Атанова Г. Ю.

УДК 746.5

ИСКУССТВО БИСЕРОПЛЕТЕНИЯ

*Камышеникова Мария Владимировна,
студентка II курса архитектурного факультета;
Ковалева Наталья Александровна,
кандидат филологических наук,
доцент кафедры прикладной лингвистики и международной
коммуникации
ГОУ ВПО «Донбасская национальная академия строительства и
архитектуры»*

Искусство плетения при помощи бисера является одним из самых распространенных направлений декоративно-прикладного мастерства, древний и довольно известный пласт общенародного творчества.

Становление бисероплетения прошло длительный путь своего развития. Замечательные по своим изобразительным свойствам вещи вызывали заинтересованность умельцев в далеком прошлом. Мастерство изготовления предметов из бисера возникло одновременно с зарождением человечества. В то время, когда бисер ещё не был известен, люди украшали себя нитями бус из разноцветных камешков или зубов добытых зверей. Бусины были популярны еще в период зарождения и образования давних культур, и наши предшественники использовали их в качестве убранных, а также для того, чтобы оградить себя от негативных воздействий. В старинных археологических находках многих народов, живших на нашей земле, были найдены ошлифованные камни с высверленными отверстиями.

Для изготовления бисерных аксессуаров применялись только органичные материалы растительного происхождения. Существовало мнение, что приобретение костей животных либо уберегало его хозяина от нападения этого животного, либо наделяло человека силой животного, делая его смелым и крепким. Многие наши пращуры изготавливали бусы из глины, раскрашивали их и обращались к технике обжига. В процессе эволюции ремёсел появляются бусины из металла. Бисер использовался при изготовлении бижутерии, амулетов, являлся разменной монетой и был признаком достатка и могущества.

Колыбелью бисера является Древний Египет. Следом за Египтом бисер распространился в Сирии. К секретам бисероплетения этих народов обратилось Римское государство. Со временем искусство бисероплетения – необыкновенные орнаменты и искусные изделия – завладело всем миром. В Китае была создана вычислительная «машина», на которой бусины двигались по проволочкам, заключенным в деревянное обрамление. Так был изобретен счетный механизм. Римляне вели торговлю бисером по всей своей стране. Кельтские племена и варяги также прибегали к приемам бисероплетения, изобретали новые методы, изготавливали ожерелья и браслеты, а также оформляли наряды. Бисер был распространен в странах античного общества. У многих народов он являлся средством для размена монет.

Кочующие группы славянских племен еще за много веков до нашей эры надевали одежду и обувь, украшенную бисером. Крохотными прозрачными шариками из стекла отделявали верхнюю часть одежды, сорочки, брюки.

Огромную популярность получил бисер в конце девятнадцатого, начале двадцатого веков. Бисером украшали корсеты, кушаки, шляпы, предметы женского туалета, портмоне, посуду, футляры.

Дерево сакуры из бисера. Сакура считается самобытным знаком Японии. Деревья сакуры живут в районе Китая, Кореи, в горной системе Гималаев, но значительное их число растет, несомненно, в краю восходящего солнца. Обычно, цветок сакуры имеет 5 листков, которые символизируют пять главных вех жизни человека – везение, достаток, благополучие, мир, здоровье.

В Японии сакура начинает свое цветение на юге страны и, продвигаясь по всему материку, завершает его на севере. Следуя японскому поверью, лицезрение цветущей сакуры влияет на продолжительность жизненного цикла. Цветы сакуры, рождающиеся весной, издавна предвещали оживление мира, появление новой жизни.

Занимательные факты из истории бисероплетения. Бисер из стекла имеет многотысячелетнюю историю своего развития. Возникновение стекла, из которого изготавливают бисер, не является исключением. Следуя давней легенде, финикийские торговцы переправляли по Средиземному морю огромное количество натуральной соды, заработанной на территории южных стран. Как-то они оказались на песчаной суше и занялись приготовлением пищи. Так как камней поблизости не оказалось, купцы обложили костер тюками из переправляемых товаров. На рассвете под остатками погасшего очага появился удивительный самородок, прочный, как камень, чистый, как живительная влага, и сверкающий, как драгоценное ископаемое. Предание дошло до наших дней благодаря античным данным.

Трубка для курения Кутузова была оформлена замысловатым бисерным узором. Общепринято считать вышивание бисером женским ремеслом, однако

это не запрещает противоположному полу интересоваться этим занятием. Очевидно, что Кутузов не занимался лично этим видом рукоделия, но это не мешало ему признавать и восхищаться результатом этого творчества. В этом можно удостовериться, посетив Эрмитаж в Петербурге. В одном из залов выставлена курительная трубка, украшенная композицией из виноградных листьев. Чеканка на серебре и шиммер прекрасно гармонируют со стеклянной отделкой.

Литература

1. Белякова О. В. Деревья из бисера: пошаговые мастер – классы для начинающих / О. В. Белякова. – М. : Эксмо, 2015. – 64 с.
2. Немати А. А. Красивые деревья из бисера / А. А. Немати. – М. : Эксмо, 2013. – 64 с.
3. Бисероплетение – интересное и увлекательное творческое занятие [Электронный ресурс]. – Режим доступа : https://mjusli.ru/hand_made/podelki/biseroptenie-interesnoe-i-uvlekatelnoe-tvorcheskoe-zanyatie
4. Интересные факты о бисере и бисероплетении [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://monk.com.ua/2016/03/14/interesnye-fakty-o-bisere-i-biseroptenii/>
5. История бисероплетения [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://bicerinka.com/History.html>

ДЕКУПАЖ

*Утешева Анна Алексеевна,
студентка II курса архитектурного факультета;
Ковалева Наталья Александровна,
кандидат филологических наук,
доцент кафедры прикладной лингвистики и международной коммуникации
ГОУ ВПО «Донбасская национальная академия строительства и
архитектуры»*

Декупаж (фр. *découper* «вырезать») – искусство оформления разных предметов, в основе которого лежит прикрепление изображения к предмету и далее нанесение лака на произведение для сохранения прочности и исключительного зрительного результата.

История. Свою историю это декоративно-прикладное искусство начинает со времен средних веков. Как разновидность искусства он впервые отмечается в конце XV века в Китае, где изготовленные рисунки служили для отделки мебельной обстановки. Вершиной популярности этого мастерства является XVII век в Европе, в это время в моде была мебель, изготовленная в китайском или японском духе.

Венецианские профессионалы умело воспроизводили замысловатые изображения и прикрепляли их на мебельную основу, нанося для предохранения от повреждений до 40 лаковых покрытий. Таким методом мастера моделировали оригинальные восточные украшения, что делало мебель более дешевой, но при этом заинтересованность ею была достаточно высокой. Через некоторое время это направление в Италии стало называться *Arterovera* («искусство бедных»). На данный момент подобная мебель встречается довольно редко, а стоимость ее достаточно высокая. К этому стилю прибегают многие известные мастера по оформлению интерьера.

Декупаж был распространен в эпоху короля Франции Людовика XVI. Мария Антуанетта и её окружение предпочитали для оформления внутреннего убранства произведения Ватто и Фрагонара, утраченные в период Великой французской революции. В Англии декупаж использовался разнообразными пластами общества в Викторианскую эпоху. Связано это было с появлением тематических коллекций с примерами печатных форм для гравировки, и таким образом декупаж вселился почти в каждое жилище.

К середине XIX века искусство декупажа стало широкомасштабным. В работе преобладали иллюстрации цветов, сельских декораций, скульптур и серафимов. Позже к секретам декупажа обратились американские мастера.

Мастерство декупажа прошло длительный путь своего развития и становления. Среди известных представителей, интересующихся декупажем – французская королева Мария Антуанетта, Мадам де Помпадур, Лорд Байрон, Матисс и Пикассо.

Иконопись. Технические приемы декупажа применялись в русской иконописи. Характерно было то, что аппликация накладывалась на деревянную поверхность. В России такую технику до XVII века не использовали, она была перенята у специалистов с запада. В этом стиле изображена икона «Спас Эммануил».

Современность. Ныне эта давняя техника снова обрела признание и широко используется во многих государствах. В наше время к общепринятой технике присовокуплены компьютерные нововведения, дающие возможность прибегать к трёхмерному декупажу, распечатывать на принтере изображения разнообразного характера, что дает возможность оформлять любую плоскость: свечки, фарфор, полотно, древесину, железо и прочее. А применение всевозможных способов, таких как металлообработка, состаривание, декоративный декупаж, пространственный декупаж, позволяет открыть безграничное пространство для воображения.

Восстановление старинного обычая декупажа оказало существенное влияние на прибавление количества знатоков, использующих это давнее мастерство.

Типы декупажа. Сейчас нам известно пять важнейших типов декупажа: прямой (классический), обратный, объёмный, дымчатый (художественный), декопатч.

Характерные особенности типов декупажа:

1. Прямой декупаж. Это самый популярный, общеупотребительный и самый доступный тип декупажа. Изображение наносится на исходную рабочую поверхность: древесную, железную фарфоровую, стеклянную, пластмассовую.

2. Обратный декупаж. Название объясняет то, что в этом типе декупажа все действия осуществляются в обратном порядке. Этот тип используется, как правило, на прозрачных изделиях: стекле, пластмассе и пр. Изображения прикрепляются с тыльной стороны оформляемого предмета. В итоге изображение просматривается через поверхность.

3. Объёмный декупаж. Этот тип декупажа выполняется на плоскостях с выступами, рельефами, вогнутостями, которые образуются в результате наслоенности красок, драпирования тканей, бумаги и другого природного сырья (сухие растения, яичные скорлупки и т.д.). Вследствие этого плоскость напоминает горельеф или мозаику.

4. Художественный декупаж. Аналогичен прямому декупажу (или обратному), но в нем изображение ретушируется красками, таким образом

происходит его слияние с поверхностью. Контуры соединения становятся не видны, изображение совпадает с фоном. Этот вид декупажа можно применить в области моделирования изобразительной живописи.

5. Декопатч. Это оригинальное сочетание декупажа и печворка. Предмет оформляется при помощи отрезков бумаги. Они располагаются по принципу переплетения или наложения друг на друга. В результате изделие приобретает вид лоскутного покрывала. Для работы необходима особая бумага для декопатча, разукрашенная затейливыми мозаичными узорами. Такие произведения могут иметь разнообразные очертания. Но, как правило, это фигурки зверюшек или птиц, изготовленных из папье-маше.

Обращаясь к мастерству декупажа, можно создавать удивительные вещи. Это может быть все, что угодно. Изготовив такую вещь своими руками, можно преподнести её друзьям и близким в качестве оригинального подарка.

Литература

1. Моргуновская Ю. М. Красивый декупаж. Пошаговые мастер-классы для начинающих / Ю. М. Моргуновская. – М. : Хоббитека, 2015. – 66 с.
2. Ращупкина С. Ю. Декупаж. Лучшая книга о декорировании / С. Ю. Ращупкина. – К. : Школа рукоделия, 2011. – 98 с.
3. Юсель С. В. Декупаж. Самая полная энциклопедия / С. В. Юсель. – М. : Хоббитека, 2017. – 128 с.
4. Прокопенко О. В. История возникновения декупажа / О. В. Прокопенко [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://infourok.ru/urok-istoriya-vozniknoveniya-dekupazha-1711219.html>
5. Википедия. Декупаж. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://ru.wikipedia.org/wiki/Декупаж>

МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

*Киселёв Никита Олегович,
студент II курса механического факультета;
Болотина Алина Валерьевна,
ассистент кафедры прикладной лингвистики и межкультурной
коммуникации;
ГОУ ВПО «Донбасская национальная академия строительства и
архитектуры»*

Межкультурная коммуникация составляет восемьдесят процентов жизни современного человека. Учёба, научная деятельность, новые знакомства – так или иначе, это требует контакта с представителями других культур и национальностей. Большинство людей считает, что для успешной коммуникации с носителями «иного» языка потребуется всего лишь знание иностранного языка, но, не всегда людям, владеющим одним языком, удастся понять друг друга. Зачастую причиной всему является именно расхождение культур [2].

Таким образом, можно выделить некоторые *проблемы при коммуникации представителей различных народов*:

– проблема воспитания уважения к чужим культурам, заинтересованности к ним. Сейчас, в двадцать первом веке, возникает недопонимание в общении, ведь зачастую, люди не хотят вдаваться в подробности «чужеродной» культуры. В связи с этим вопросом исследователи-этнологи всего мира ищут способы решения проблем в межкультурной и международной коммуникации;

– проблема невербальной интерпретации. Даже при владении иностранным языком межкультурная коммуникация не всегда бывает успешной, ведь очень сложно полностью понимать язык «чужой» культуры. Также, важно не обращать внимания на стереотипы и предубеждения, ведь они зачастую негативно сказываются на коммуникации. Часто люди беспочвенно возвышают свою культуру над другими, что заведомо неправильно.

Для того чтобы наглядно увидеть все эти проблемы межкультурной коммуникации, достаточно сопоставить как иностранные языки, так и культуру, в результате чего простое сравнение указывает на все проблемы [1]. Благодаря этому мы можем вжиться в роль того самого иностранца, взглянуть на мир его глазами, что позволяет полноценно окунуться в чужую культуру, осознать все её различия и сходства, дабы в дальнейшем избежать недопонимания при реальном контакте с представителями иных культур [3, с. 79].

На основе исследований ученых, принято выделять такие *пути формирования межкультурной компетентности*:

- развитие способности реагировать на изменения в собственной и противоположной культуре, что способствует благоприятному отношению к проявлениям иных культур;
- изучение норм соответствующей культуры для максимального осознания всех отношений между культурами;
- исследование условий интеграции в социальной системе в своей и иной культуре.

Исходя из данных исследований, можно выделить наиболее эффективный метод достижения наивысшей межкультурной компетентности – *интеграцию*, то есть сохранение своего культурного единства в совокупности изучения культуры других народов.

Немецкий культуролог Генрих Ауэрнхаймер утверждал: «Для успешного обучения межкультурной компетентности необходимо начинать с рефлексии и самоанализа» [2]. Поначалу необходимо развивать способность принимать расхождения между людьми, ведь все мы по-разному воспринимаем мир, по-разному его «чувствуем», а развив такое умение, у народов появится возможность эффективного общения и взаимопонимания. В связи с этим необходимо воспринимать мультикультурную коммуникабельность как важную составляющую жизни каждого человека.

Таким образом, перспективами для развития толерантной коммуникации с представителями различных культур являются не только знание иностранного языка, но и знание истории, обычаев различных наций. Ведь отражение мира не просто кроется в языке, но и формирует его, как и самого человека.

На основании вышесказанного можно сделать вывод, что использование языка, как средства коммуникации будет невозможно без знания всех тонкостей культуры, в которой существует этот язык. Также хотелось бы отметить, что коммуникация является весьма сложной и разнообразной системой, которая включает в себе определенную деятельность. В свою очередь, межкультурная коммуникация является более сложной системой, подразумевая под собой контакт между представителями всевозможных культур и объединений. Все свойства и трудности межкультурной коммуникации являются поводом для изучения на международном уровне.

Литература

1. Анализ проблем и перспектив межкультурных коммуникаций [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://students-library.com/library/read/43675-analiz-problem-i-perspektiv-mezkulturnyh-kommunikacij>
2. Основные проблемы межкультурной коммуникации [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://works.doklad.ru/view/Cfw_rnlsr3I.html
3. Минасова С. Г. Язык и межкультурная коммуникация : учеб. пособие [для вузов по спец. «Русский язык»] / С. Г. Минасова. – М. : Слово, 2000. – 121 с.

СЕКЦИЯ 5. ЯЗЫК И СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

Руководитель секции: канд. филол. н., доцент Назар Р. Н.

УДК 81'33

ЯЗЫК РЕКЛАМЫ КАК ПОДСТИЛЬ НА СТЫКЕ СТИЛЕЙ РУССКОГО ЯЗЫКА

*Балашов Артем Андреевич,
студент I курса строительного факультета;
Назар Роман Николаевич,
кандидат филологических наук,
доцент кафедры прикладной лингвистики
и межкультурной коммуникации
ГОУ ВПО «Донбасская национальная академия строительства и
архитектуры»*

В последнее время реклама стала постоянным спутником нашей жизни. Она оказывает сильное влияние на сознание человека. Реклама наиболее широко распространена в повседневной жизни, поэтому в лингвистике на стыке официально-делового и публицистического стилей сформировался особый подстиль – язык рекламы.

Данному вопросу посвящены работы таких ученых, как Н. Плинский, Т. Кёнинг, А. Кромптон, Е. Кара-Мурза, Н. Лещук, С. Рощупкин, Л. Фещенко, Ю. Шатин и др. [1–9], которые определили примерные структурные элементы рекламного текста: заголовок, основной текст и девиз или слоган.

В современных рыночных условиях основной задачей рекламы является информирование потребителя не просто о товаре или услуге, а об имеющемся выборе, а для компаний-производителей – эффективное средство борьбы за деньги потребителей.

Рассмотрим рекламу как форму коммуникации, которая пытается перевести качество товаров и услуг, а также идеи на язык нужд и запросов потребителей.

Текст рекламы должен вызывать у потребителя определенные эмоции, какую-то реакцию, сообщать ему необходимые сведения об объекте рекламы и мотивировать его покупку. Каждый рекламный текст призывает нас к удовлетворению каких-либо потребностей.

Существует иерархия человеческих потребностей, например:

- на удовлетворение чувства голода направлена реклама шоколадного батончика: *«Ты голоден? Сделай паузу, скушай Twix!»*;
- на удовлетворение потребности в отдыхе – реклама бытовой техники «Indesit»: *«Мы работаем – вы отдыхаете»*;
- на удовлетворение чувства безопасности – реклама охранного предприятия: *«Мы на страже вашей безопасности 24 часа в сутки 365 дней в году»*;
- на потребность в общении: *«Не забудьте позвонить родителям!»*;
- на познание и освоение мира: *«Мечтай, говори, действуй!»* и т. д.

Рекламный текст должен доказать читателю или слушателю, что предлагаемые товар или услуга превосходят другие. Авторы рекламных слоганов стремятся «выделить, возвысить» свой товар из общей массы, употребляя прилагательные в значении «самый»: *уникальный, эксклюзивный, выдающийся, потрясающий*.

Для привлечения внимания покупателей очень часто используется заголовок. Его смысл должен быть акцентирован на чём-то одном, освещать только одну сторону рекламируемого объекта.

Однако при этом он должен быть кратким, простым, четким и понятным, также это сопровождается визуализацией (изображением людей, иногда в действии), например: реклама люля-кебаб *«Попробуй маминых люлей»*, Интернет и ТВ *«Я ДАЛА ТВОЕМУ СОСЕДУ месяц интернета и ты БЕСПЛАТНО!»*, банковские кредиты и займы *«Раздаём капусту»* и т.п.

Исследователями установлено, что человек за день может увидеть до 1500 различных рекламных сообщений и чаще всего это заголовок рекламного текста или слоган. На прочтение большинства из них затрачивается всего одна секунда. При этом количество людей, замечающих только слоганы, в 4-5 раз больше тех, кто читают всю рекламу. Слоган – наиболее сильнодействующая форма торгового предложения, например: *«Черная пятница»*, *«Дарим 50% стоимости»*, *«Супер ультра мега пупер крутые цены»* и т.д..

Рекламный текст отличается краткостью, именно поэтому слова в нем должны быть яркими, выразительными, запоминающимися, иметь стилистическую окраску – дополнительные стилистические оттенки, то есть, ему присущи выразительность, экспрессивность, эмоциональная окрашенность, оценочность.

Важным аспектом в создании рекламного текста является применение различных стилистических форм – метафора, метонимия, перифраз, анафора, антитеза, повторы, риторические вопросы и прочее. Например: *«Пользуйтесь услугами Всемирной Паутины!»*, *«Всё лучшее – детям»*, *«Простые решения сложных задач»*, *«Новые решения – новые возможности»* и т.п.

Таким образом, целью рекламы является изменение общественного мировоззрения, что достигается использованием правил и методов составления рекламных текстов. Текст рекламы влияет на читателя на подсознательном уровне, так как некоторые приемы, такие как расположение изображения и заголовка в определенном месте остаются в памяти покупателя до того, как он осознает смысл рекламы. Язык рекламы непременно играет в нашей жизни очень большую роль. Она помогает производителям поддерживать стабильную экономику любого государства.

Литература

1. Кара-Мурза Е. С. Русский язык в рекламе: возможности законодательного регулирования // Вопросы культуры речи – X / Отв. ред. А. Д. Шмелев. – М. : АСТ-ПРЕСС КНИГА, 2011. – С. 340–345.
2. Кромптон А. Мастерская рекламного текста [Текст] / А. Кромптон – Тольятти : Довгань, 1995. – 256 с.
3. Кёниг Т. Психология рекламы, ее современное состояние и практическое значение [Текст] / Т. Кёниг – М. : Н. А. Столляр, 1925. – 270 с.
5. Лещук Н. С. Влияние рекламы на формирование этических норм и уровень культуры школьников : монография [Текст] / Н. С. Лещук; Московский гос. обл. ун-т. – Москва : МГОУ, 2006. – 131, [1] с.
6. Плиский Н. Реклама. Ее значение, происхождение и история. Примеры рекламирования [Текст] / Н. Плиский СПб. : изд. Щепанского, 1894. – 180 с.
7. Рощупкин С. Н. Язык рекламы. Учебное пособие [Текст] / С. Н. Рощупкин – М. : МГУКИ, 2003 (Тип. Момент). – 115 с.
8. Фещенко Л. Г. Структура рекламного текста: Учебно-практическое пособие [Текст] / Л. Г. Фещенко – СПб. : Изд-во «Петербургский институт печати», 2003. – 232 с.
9. Шатин Ю. В. Построение рекламного текста [Текст] / Ю. В. Шатин – 2-е изд. – М. : Бератор-Пресс, 2003 – 128 с.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ АББРЕВИАЦИИ В РЕЧИ ИНЖЕНЕРА-СТРОИТЕЛЯ

*Панкратов Александр Александрович,
студент I курса строительного факультета;*

*Назар Роман Николаевич,
кандидат филологических наук,
доцент кафедры прикладной лингвистики
и межкультурной коммуникации*

*ГОУ ВПО «Донбасская национальная академия строительства и
архитектуры»*

В русском языке, согласно словарю В.И. Даля, насчитывается более 200 тысяч слов и это еще далеко не все. Какую-то часть этих слов мы даже не слышали никогда, а какую-то используем каждый день по несколько десятков, а то и сотни раз. Таким образом, за время существования русского языка, он очень сильно видоизменялся для упрощения его в речевом обороте. Это упрощение и назвалось аббревиацией, что с латинского переводится, как «краткий».

Аббревиация (или аббревиатура) – это слово, образованное сокращением слова или словосочетания и читаемое по алфавитному названию начальных букв или по начальным звукам слов, входящих в него [3]. Проще говоря, это упрощение речи.

Аббревиация может быть разной:

буквенная – образованной из начальных букв словосочетания (ГП – генеральный план);

звуковая – образована из начальных букв элементов исходного словосочетания, но читаемая не по алфавитным названиям букв, а как обычное слово (вуз – высшее учебное заведение);

звуко-буквенная – образовывается частично из названий начальных букв, частично из начальных звуков слов исходного словосочетания (ГОУ ВПО «ДонНАСА») [2].

Иногда аббревиатуры применяются на официальном уровне, а иногда они образуются в процессе общения простых людей. Аббревиатуры мы используем не очень часто и нет смысла заикливаться на них, но слова *монед*, *лазер* или даже всеми знаменитое слово «*Интернет*» – это все аббревиатуры от довольно длинных словосочетаний. К примеру, полное словосочетание заимствованного слова *лазер* будет звучать так: *light amplification by stimulated emission of radiation*. Не очень удобно постоянно говорить такие длинные предложения, особенно если ты специалист в какой-либо профессии и тебе нужно ежедневно употреблять подобные слова. Почему бы не сократить «*строительные материалы*» до «*строймат*». В узких кругах сотрудники вас

обязательно поймут, а «непосвященным» и понимать-то необязательно, а даже если и надо будет, можно обратиться к словарю аббревиатур.

ГП – генеральный план или же государственное предприятие? Часто может возникнуть вопрос, а правильно ли мы расшифровываем ту или иную аббревиатуру? Чтобы ответить на этот вопрос, приведем пример: «Согласно *ГП здание, находящееся на данной территории подлежит сносу*» и «*ГП «Почта Донбасса» создано согласно Приказу Министерства информации и связи ДНР №5 от 10.10.2014 г.*» А теперь попробуем понять, в каком предложении *ГП* – это генеральный план, а в каком государственное предприятие. Не сложно понять, что первый случай относится к строительству, а второй – к государству. Чтобы понять, где в каком смысле используется слово, достаточно посмотреть, в каком контексте оно употребляется. Вряд ли вам встретится аббревиатура *ПЗУ* (планировка земельного участка) в журнале по садоводству или *СП* (семейное положение) в строительной документации. Исходя из этого, довольно сложно ошибиться в переводе аббревиатур, если вы знаете, о какой теме идет речь.

Рассмотрим аббревиацию в строительстве. В обучении строительной науке мы используем сокращения словосочетаний: *сопротивление материалов – сопромат, строительное материаловедение – строймат* или вовсе *Стр.МВ*.

В строительстве есть несколько отраслей и в каждой присутствуют свои аббревиатуры, так, например, наиболее часто используемые сокращения при обозначении проектной документации, например:

АР – Альбом архитектурных решений;
КЖ – Альбом железобетонных конструкций;
КД – Альбом деревянных конструкций;
ОВ – Альбом отопления и вентиляции;
ВК – Альбом водоснабжения и канализации;
ЭО – Альбом электричества и освещения [1].

В каждой из этих расшифровок есть слово «альбом», но оно не обозначается в самой аббревиатуре за ненадобностью, ведь знающий человек, имеющий хоть какой-то опыт или хотя бы теоретическую подоплеку знает, о чем идет речь. То есть мы сократили саму аббревиатуру, убрав букву, но имея ввиду ее, при расшифровке.

Теперь рассмотрим строительные аббревиатуры на примере рабочих чертежей:

АС – Архитектурно-строительные решения;
ОВ – Отопление, вентиляция и кондиционирование;
ОС – Охранная и охранно-пожарная сигнализация;
АЗ – Анतिकоррозионная защита конструкций зданий, сооружений [1].

Здесь мы наблюдаем то же явление, слов в расшифровке больше, чем букв, но бывает и иначе:

АИ – Интерьеры;
ВС – Воздухоснабжение;
ПУ – Пылеудаление;

ХС – Холодоснабжение;
ГСВ – Газоснабжение [4].

Зашифрованные слова – это сложные слова, состоящие из двух простых (*Пылеудаление* – удаление пыли, *ВС* - снабжение воздухом и т.д.)

Также есть некие профессионализмы – слова, которые заменяют словосочетания, а иногда и целые предложения на одно или два емких слова. Как правило, они появляются сами собой во время работы с определенными объектами без какой-либо лингвистической подоплеки:

Ведро – тахометр УОМЗ;
Выноска – Выносная станция;
Зелёный – тахометр Sokkia;
Пробить оси – вынести на местности проектные углы зданий и оси.

Вот так выглядят некоторые профессионализмы.

Таким образом, большинство аббревиатур появляются сами собой, в процессе работы. Необходимо изучать свою профессию, узнавать больше, расширять свою лексику. По мнению современных работодателей: «Хороший сотрудник – умный сотрудник».

Литература

1. Аббревиатуры по строительству / Мир сварки. Техническая энциклопедия [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://weldworld.ru/abbreviations/abbreviatury-po-stroitelstvu.html>
2. Назар Р. Н. Аббревиация в научном репортаже / Р. Н. Назар // Наука и мир в языковом пространстве : сб. науч. трудов II Республиканской очно-заочной научной конференции (23 ноября 2016 г.). – Макеевка, 2016. – С. 422–425. : [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://donnasa.org>
3. Назар Р. Н. Аббревиация в публицистическом дискурсе на примере репортажных текстов / Р. Н. Назар // Сб. статей Международной научно-практической конференции, посвященной Дню славянской письменности «Функционирование славянских и других языков, литератур и культур в контексте языковой ситуации Республики Молдова». – Комрат : КГУ, 2017. – С. 121–125.
4. SOKR.RU – самый большой в мире словарь сокращений русского языка [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.sokr.ru/card/233514s38737f58/>

ХАРАКТЕРИСТИКА РЕПОРТАЖА КАК ЖАНРА ПУБЛИЦИСТИКИ

*Фролов Олег Станиславович,
студент I курса строительного факультета;
Назар Роман Николаевич,
кандидат филологических наук,
доцент кафедры прикладной лингвистики
и межкультурной коммуникации
ГОУ ВПО «Донбасская национальная академия строительства и
архитектуры»*

Репортаж необычайно популярен в современной прессе. Ни одно уважающее себя издание не может обойтись без него, потому что репортаж открывает множество информационных и описательных возможностей для журналиста, которые помогают передать читателю максимальный объем информации о каком-либо актуальном событии социальной действительности.

В своем начальном значении репортаж – это записки путешественников, людей, которые присутствовали при совершении чуда руками Бога, при каких-либо катастрофах и т. д. Он не был жанром журналистики, а, можно сказать, появился на свет раньше нее, до того, как она оформилась в стройную систему. Одним из первых невольных создателей репортажа был древнегреческий ученый и путешественник Геродот, который исследовал Малую Азию, Балканский полуостров и Ближний Восток. Он записывал все, что видел. Эти записи впоследствии составили путеводный журнал, который, по сути, и являлся репортажем. С появлением печатного станка изменился и репортаж. Это был уже почти сформировавшийся жанр, к которому постоянно обращались журналисты.

Репортаж – это жанр газетно-журнальной публицистики; информация, сообщение, рассказ о текущих событиях, которые публикуются в периодической печати или транслируются по радио и телевидению. К важным характеристикам репортажа относят документализм изображения действительности. В современном репортаже успешно могут объединяться как информационные, так и художественно-публицистические начала.

Его специфика заключается в том, что общение в нем является: дистантным, опосредованным, монологическим, преимущественно имеет устную форму проявления. С точки зрения соблюдения / несоблюдения суровых правил построения целостного текста различают свободное и

стереотипное общение. Коммуникативный режим общения в репортаже реализуется в монологе / диалоге (реже) к воображаемой аудитории как к получателю продукта массовой коммуникации [1].

В зависимости от предметно-тематического исследователи выделяют следующие типы репортажа: *событийный, актуальный, тематико-познавательный, постановочный, специальный, проблемный, исследовательский*. Как газетно-публицистический текст репортаж является предметом исследования в работах Г. Я. Солганика, С. Г. Гуревич, Л. Д. Кобалия, Л. М. Площадной, М. П. Брандес, М. И. Шостак и др.

Все события, факты, изложенные в репортаже, доказаны или опровергнуты с помощью размышления, которое должно быть репрезентовано особенно убедительно. Основу репортажа представляют наиболее важные, характерные, тщательно отобранные факты, из которых составляется событие, а авторские аргументы, соображения предоставляют этим фактам эмоциональную окраску, подтверждают их достоверность и вместе с тем воссоздают целостную образную картину события. Чужая речь в форме монолога или диалога, при условии, что говорят другие участники события, воспроизведена документально точно [2].

Композиция репортажа предусматривает фиксацию естественного хода события. Однако очень мало событий, да и то лишь в электронных или радио- и телевизионных средствах массовой информации, переданы в режиме реального времени от начала и до конца (футбольный матч, военный парад, инаугурация президента и т.п.). В других случаях время уплотняют за счет отбора эпизодов.

Исследователи выделяют такие три структурно-содержательные части репортажа: ядерную, конвенционную и комментируемую.

Публицистическая речь, по мнению Г. Я. Солганика, имеет одну особенность – общедоступность, коммуникативную значимость [3]. Информация, переданная СМИ, должна быть без ограничений доступной для всех членов общества. Раньше преимущественно этот принцип определял выбор языковых средств. Для лексики репортажа нехарактерными, хотя и возможными, были узкоспециальные слова и выражения, диалектизмы, аргоизмы, поэтизмы, варваризмы, индивидуальные неологизмы. Доминировала тенденция к исключению средств, которые находятся на периферии языка и не имеют коммуникативной значимости, но в последние десятилетия тенденции меняют свое направление [4].

Однако, чрезмерная насыщенность репортажа специальной лексикой, а также значительное количество метафор, вероятнее завуалируют конкретные факты, удостоверяют непрофессионализм репортера, его неумение четко изложить информацию. Соответственно неуместным является использование в репортаже жаргонизмов, однако в отдельных случаях употребление их может

быть оправдано, если на жаргоне говорят непосредственные участники описываемых событий.

Итак, основные тенденции, которые наблюдаем в языке русского репортажа начала XXI ст., связаны с обновлением структурных и семантических особенностей языковых единиц, стилистически маркируют их, давая возможность реализовать самобытность публицистического дискурса вообще и репортажа в частности. Эти изменения усилили и экспрессию синтаксических единиц, обусловили более широкое привлечение к употреблению конструкций устно-разговорного синтаксиса.

Литература

1. Назар Р. Н. Репортаж у призмі інформаційного мовленнєвого жанру публіцистичного дискурсу / Р. Н. Назар // Сборник научных трудов SWorld. (Международная научно-практическая Интернет-конференция «Современные проблемы и пути их решения в науке, транспорте, производстве и образовании '2014». База РИНЦ) – Выпуск 2. Том 19. Иваново: Маркова А.Д., 2014. – С. 76-81.
2. Назар Р. М. Характеристика репортажу як жанру мовлення / Р. М. Назар // Лінгвістичні студії : зб. наук. праць / Донецький національний ун-т; наук. ред. Анатолій Загнітко. – Донецьк : ДонНУ, 2009. – Вип. 19. – С. 209-213.
3. Солганик Г. Я. Стил ь репортажа / Г. Я. Солганик. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 1970. – 75 с.
4. Солганик Г. Я. О языке и стиле газеты / Г. Я. Солганик // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования. Учебное пособие [Отв. ред. М.Н. Володина]. – М. : Изд. Московского университета, 2003. – С. 264-265.

АББРЕВИАТУРЫ В РЕЧИ СОВРЕМЕННОГО ЧЕЛОВЕКА

*Акулова Екатерина Витальевна,
студентка I курса строительного факультета;*

*Назар Роман Николаевич,
кандидат филологических наук,
доцент кафедры прикладной лингвистики
и межкультурной коммуникации*

*ГОУ ВПО «Донбасская национальная академия строительства и
архитектуры»*

Аббревиатуры прочно вошли в современные языки, их количество очень велико, они составляют значительную часть словарного состава, проникают во все слои лексики и широко применяются как в устной, так и в письменной речи. Сегодня аббревиатурами называют только существительные, образованные из усеченных отрезков слов (*главбух, гендиректор, начмед*), из начальных звуков нескольких слов (*ДонНАСА, ДонНУ, ДонМУ*) или из названий их начальных букв (*ПГС, ЭУН, МСО, ИСИ*).

Изучение употребления аббревиатур в лексике современного человека является актуальным. Этому вопросу посвящены работы таких ученых, как Н. Д. Арутюнова, В. В. Борисов, Е. С. Кубрякова, В. В. Дементьев, В. И. Карасик, О. Б. Сиротина, А. Г. Баранов, В. И. Теркулов, В. Е. Гольдин, Ю. С. Пашина, Т. Г. Нургалеева и др. [1].

В современном русском языке существует несколько способов сокращений слов: аббревиация, графическое сокращение и усечение слова.

Аббревиация – это сложение двух и более слов и последующее их сокращение, а слова, полученные в результате аббревиации, называются аббревиатурами или сложносокращенными словами.

Графическое сокращение – это способ краткой записи слов, который используется для экономии времени, необходимого для записи, и места на листе. При графическом сокращении в слове пропускаются буквы или слоги (пропуск обозначается точкой, тире или наклонной чертой). Слово записывается кратко, но произносится полностью: *м – метр; р – река или рубль; г – грамм или город; пр-во – производство; вр-о – временно исполняющий обязанности*.

Усечение – это образование нового слова путем отбрасывания конечной части исходного слова. Усеченные слова часто используются в разговорной

речи: *доцент – доц, профессор – проф, специалист – спец, преподаватель – препод.*

В лингвистике исследователи выделяют различные типы аббревиатур по способу образования:

аббревиатуры, образованные из начальных букв каждого слова (инициальные аббревиатуры): *ГИА – Государственная итоговая аттестация, ЭУН – экономика и управление недвижимостью;*

аббревиатуры, образованные из сочетания начальных частей слов: *Минобраз, Минстрой, теормех, матан;*

аббревиатуры смешанного типа, состоящие как из начальных частей слов, так и из начальных букв: *ДонНАСА, ДонНУЭТ;*

аббревиатуры, состоящие из сочетания начальной части слова с целым словом: *оргтехника, завкафедрой, завскладом, управдом;*

аббревиатуры, состоящие из сочетания начала первого слова с началом и концом второго или только с концом второго: *мопед, эсминец* [3].

Проанализировав речь современного студента строительного вуза, можем сказать, что в примерах мы определили наиболее употребляемые в учебном процессе аббревиатуры.

В целом сокращения и аббревиатуры должны экономить не только место на странице, но и время читателя, кодифицировать общение. Поэтому сокращения в тексте приемлемы, если для их расшифровки читателю не приходится часто обращаться к дополнительным справочным источникам.

В речи современного человека нежелательно использование малоизвестных, необщепринятых сокращений и аббревиатур, если информация адресована массовому потребителю. Необходимо различать общепринятые и специальные аббревиатуры и сокращения. Также в речи нежелательны аббревиатуры, которые совпадают по форме с другими, имеющими иное значение. Нежелательны неблагозвучные сокращения.

Появление аббревиатур, их использование в лексике современного человека, динамичное языковое отражение, всё это обусловило расширение неологического пространства современного русского языка.

Возникновение большого количества различных типов аббревиатур свидетельствует о релевантности данного типа лексических единиц, их коммуникативно-прагматической эффективности и активном использовании в современной коммуникации.

Литература

1. Назар Р. Н. Аббревиация в научном репортаже / Р. Н. Назар // Наука и мир в языковом пространстве : сб. науч. трудов II Республиканской очно-заочной научной конференции (23 ноября 2016 г.). – Макеевка, 2016. – С. 422–425. : [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://donnasa.org>
2. Назар Р. Н. Аббревиация в публицистическом дискурсе на примере репортажных текстов / Р. Н. Назар // Сб. статей Международной научно-практической конференции, посвященной Дню славянской письменности «Функционирование славянских и других языков, литератур и культур в контексте языковой ситуации Республики Молдова». – Комрат : КГУ, 2017. – С. 121–125.
3. SOKR.RU – самый большой в мире словарь сокращений русского языка [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.sokr.ru/card/233514s38737f58/>

ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОГО РУССКОГО ЯЗЫКА В ОТРАЖЕНИИ ИНТЕРНЕТ-СМК

*Петрук Кристина Валериевна,
студентка II курса факультета государственной службы и
управления;*

*Балко Марина Владимировна
доктор филологических наук, доцент,
профессор кафедры краеведения
ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы
при Главе ДНР»*

Воздействие языка на человека, его мышление, поведение, формирование картины мира связано с деятельностью многих социальных институтов, и в первую очередь – средств массовой коммуникации (далее – СМК). Сообщая человеку о событиях в мире и организуя его досуг, СМК оказывают влияние на весь строй его мышления, на характер мировосприятия, на культурное развитие. Появившись как сугубо технические способы закрепления, а также передачи информации и художественной продукции, СМК очень быстро трансформировались в могучее средство воздействия на массовое сознание [6].

Появление и повсеместное распространение глобальной сети ещё более расширило возможности использования СМК, поскольку появились интернет-СМК, быстро ставшие сверхпопулярными, хотя их аудитория пока значительно меньше, чем «традиционных» СМК (телевидения, радио, газет и т.п.). Именно поэтому все они имеют и активно развивают сайты в Интернете (как правило, это онлайн-версии тех же материалов), на которых размещается регулярно обновляемая информация. Стремительно развиваются интернет-радио и интернет-телевидение.

В 2017 году Всероссийским центром изучения общественного мнения (ВЦИОМ) был проведён опрос, согласно которому 16 % совершеннолетних респондентов читают газеты и журналы в интернете (электронные версии печатных газет) ежедневно, еще 20 % – несколько раз в неделю. Доля опрошенных, отдающих предпочтение онлайн-прессе, выросла до 47 % [1], в связи с чем количество людей, остающихся верными «традиционной» прессе, сокращается с каждым годом.

Характеризуясь высоким авторитетом и современнейшими средствами трансляции информации, язык СМК во многом определяет вектор развития национального языка, активно воздействует на литературную норму, языковые вкусы и предпочтения. С одной стороны, нужно признать, что язык СМК по-своему обогащает литературную форму языка, насыщая её оригинальными оценочными оборотами, формируя отточенную, нередко афористическую речь [3, с. 345]. С другой стороны, нельзя не замечать негативного влияния языка

некоторых СМК на литературную норму. Язык современных медиа нередко изобилует многочисленными некодифицированными элементами, жаргонизмами, вульгаризмами, перенасыщен иноязычными словами. Но факт неоспорим: именно в СМК происходят наиболее активные процессы, приводящие к изменениям языковой нормы русского языка.

В медиакоммуникациях новейшего периода целесообразно выделять «высокий» и «низкий» сегменты. В первом представлены классические СМК (работающие в этой отрасли не один десяток лет) и официальные интернет-издания. Для работы в этих медиаорганизациях, как правило, привлекают опытных журналистов, пользующихся уважением у коллег и зрителей (слушателей, читателей) и хорошо знакомых со спецификой работы и профессиональной культурой общения. В «низком» сегменте фиксируем социальные сети, форумы, полуподпольные информационные сайты. К сожалению, именно такие ресурсы пользуются особой популярностью в последнее время. Современная молодёжь все больше внимания уделяет неофициальным источникам информации, поскольку в них она изложена лаконично, доступно и чередуется с развлечениями [5, с. 275–277] (см. социальные сети «ВКонтакте», «Инстаграм» и др.). На работу в такие компании в целях экономии нередко приглашают молодых специалистов без должного опыта и даже студентов. Это обуславливает снижение уровня грамотности, демонстрируемого ресурсом в целом.

Отдельное внимание в аспекте заявленной проблемы следует обратить на такие СМК, как радио и телевидение. Многие люди используют интернет-радио или интернет-телевидение для создания так называемого фона, например, в машине или на кухне во время приготовления пищи [2], и нередко именно в основной прайм-тайм (с 18.00 до 24.00). В это время показывают наиболее рейтинговые передачи и фильмы, но их качество оставляет желать лучшего, поскольку зачастую они представляют собой незатейливые сериалы, озвученные в разговорном стиле с употреблением бранных слов и других нелитературных элементов.

Языковую ситуацию в СМК усугубляет также и реклама. В сфере рекламы нередко применяются приемы изменения формы слов или создания новых слов не в соответствии с правилами языка. Применение этих приемов считается не очень хорошей практикой, но, учитывая специфику рекламируемых товаров и услуг вместе с пожеланиями заказчиков, не возбраняется.

Таким образом, на современном этапе функционирование русского языка как неотъемлемой части национальной культуры в СМК оставляет желать лучшего. В упадке находится культура работы с языком, нарушаются элементарные правила работы с публикуемой информацией. Это происходит в связи с уменьшением роли художественной литературы, и с постоянным ростом количества каналов ТВ, радиостанций, газет и журналов, социальных сетей в общедоступном Интернете. Увеличение количества, к сожалению, приводит к снижению качества.

В заключение хотелось бы привести слова выдающегося российского лингвиста, доктора филологических наук, директора Института лингвистики РГГУ Максима Кронгауза. В книге «Русский язык на грани нервного срыва» учёный отмечает: «Слухи о скорой смерти русского языка сильно преувеличены. И все-таки о русском языке надо беспокоиться. Его надо любить. О нём надо спорить. Но главное – на нём надо говорить, писать и читать» [4].

Литература

1. ВЦИОМ. Эпоха цифровых медиа: бумага против экрана [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=116624>
2. Колмановский В. О литературном языке и жаргоне [Электронный ресурс] / В. О. Колмановский. – Режим доступа : http://innabb.users.baku.ru/pubs/vkolmanovsky/10311_ru.php
3. Лекант П. А. Современный русский язык / П. А. Лекант, Е. И. Диброва, Л. Л. Касаткин; под ред. П. А. Леканта. – 3-е изд., стереотип. – М. : Дрофа, 2010. – 560 с.
4. Кронгауз М. Русский язык на грани нервного срыва / М. Кронгауз. – М. : Языки славянских культур, 2008. – 320 с.
5. Нургалеева Л. В. Аксиологический подход к изучению проблем этики и эстетики сетевой культуры / Л. В. Нургалеева // Единая образовательная информационная среда: проблемы и пути развития. – Томск : Изд-во ТГУ, 2003. – 332 с.
6. Средства массовой информации [Электронный ресурс]. – Режим доступа : https://ru.wikipedia.org/wiki/Средства_массовой_информации#cite_ref-6

ВОЗДЕЙСТВИЕ СМИ НА ЧЕЛОВЕКА С ПОМОЩЬЮ ЯЗЫКОВЫХ СРЕДСТВ

*Пинчук Владислав Владимирович,
студент II курса факультета государственной службы и управления;
Балко Марина Владимировна,
доктор филологических наук, доцент,
профессор кафедры краеведения
ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики»*

Язык – неотъемлемая часть общества в целом и каждого отдельного его члена. Как говорил Г.-Г. Гадамер: «Язык – это среда, в которой объединяются «Я» и мир» [3] Значение языка в жизни человека и социума, функции, которые он выполняет – это очень важный аспект общественной жизни. Язык хранит и передаёт следующим поколениям духовные и культурные ценности, традиции. С помощью языка люди познают и понимают мир, описывают реалии окружающей действительности, обмениваются мыслями и чувствами. Язык не только средство общения, это ещё и хранилище исторической памяти народа.

Русский язык в современном мире выполняет множество различных функций. Хотя среди учёных нет единогласия относительно количества этих функций (их выделяют от 16 до 25), всё же лингвисты единодушны в том, что ключевыми функциями языка являются коммуникативная, когнитивная, и кумулятивная.

Бесспорно, коммуникативная – важнейшая функция любого языка. Но нередко случаи, когда, в силу географической удаленности коммуникантов, а также необходимости организации взаимодействия с множеством лиц одновременно, возникает необходимость в привлечении к коммуникативному процессу третьего звена, которое выступило бы связующим при обмене данными. Таким посредником в нашем информационно насыщенном обществе выступают средства массовой информации (далее – СМИ).

Сложная и противоречивая история СМИ начинается задолго до появления радио, телевидения и интернета. Сам человек в доисторические времена был средством передачи информации: знания, обычаи передавались от старейших членов племени к молодым; шаманы и жрецы сохраняли информацию на доступных носителях (пергаменте, стенах пещер, глиняных дощечках).

Зачатки СМИ можно датировать ещё V веком до н.э. [1], когда в Римской Империи появились первые газеты. На современные издания они стали походить во времена Юлия Цезаря (примерно 60-ый год до н.э.). Кроме того, в некоторых странах Азии выпускались еженедельные бюллетени. В эпоху Средневековья информационную функцию выполняли т. н. «летучие листки»,

например, куранты, ревю, репортажи и др. Но настоящий прорыв в развитии прессы связан с изобретением в 1440 году Г. Гуттенбергом печатного станка. Бельгийская газета «Nieuwe Tydingen» («Все новости»), выходящая с 1605 года, уже выглядела как современное периодическое издание.

СМИ активно влияют на все сферы жизни и общественные институты, включая политику, образование, религию и т.д. С помощью СМИ формируется и распространяется массовая культура. СМИ, бесспорно, играют ключевую роль в формировании и, при необходимости, изменении общественного сознания. Более того, СМИ диктуют людям, с каких позиций следует воспринимать и понимать те или иные события, происходящие в отдельных странах и в мире в целом. Многие СМИ определяют направления в развитии общественных дискуссий, с выгодных для определённых лиц позиций освещают социально значимые темы, комментируют резонансные скандалы и аферы. В зависимости от целей, которые преследуют различные СМИ, наблюдаем как беспристрастную (к сожалению, очень редко) передачу информации о реальных событиях в стране и мире, так и открытое или латентное манипулирование общественным мнением в интересах тех или иных групп людей.

Информационные потоки на сегодняшний день настолько противоречивы и сложны, что самостоятельно понять и усвоить всю предлагаемую информацию отдельный человек зачастую не в состоянии, чем и пользуются многие СМИ, «объясняя» (а на самом деле – навязывая собственную точку зрения) те или иные события и факты. Ещё Л. Витгенштейн говорил: «Предложение может передавать новый смысл старыми выражениями» [2]. В практике СМИ новейшего периода широко используются различные суггестивные методы и приёмы, способные автоматически вызывать в массовом сознании нужную (отрицательную или положительную) реакцию на конкретное событие. Для этого нередко достаточно лишь грамотно употреблять средства речевой выразительности.

Средства речевой выразительности (тропы и риторические фигуры) используются в речи для придания тексту особого смысла, красоты и глубины. Они помогают выразить отношение автора к предмету обсуждения, привлечь внимание на самые выразительные черты предмета, события или явления. Помогают создать определённую атмосферу, произвести на читателя желаемый эффект. Применяя их должным образом, автор легко может изменить отношения читателя к определённой ситуации, выставив её в нужном ему свете, и передав подсознанию адресата должный эмоциональный оттенок. Возможность воздействия на аудиторию с помощью языка было выявлено уже давно: «Язык – это оружие литератора, как ружье – солдата. Чем лучше оружие – тем сильнее воин...» – писал М. Горький. Или: «Есть нечто, нечто действительно есть за пределами языка, и всё зависит от интерпретации» – слова выдающегося философа и лингвиста Ж. Деррида.

Особенно остро проблема получения достоверной информации ощущается при знакомстве с данными, которые были переведены с другого

языка. Чрезвычайно сложны и разнообразны грамматические нормы, причём, иногда в пределах одного языка. В связи с этим трактовка различной информации имеет множество оттенков. Ведь, осуществляя перевод текста, человек невольно может изменить авторский эмоциональный окрас. Это связано с индивидуальным восприятием каждого человека. Отличия в восприятии ярко демонстрирует пример с ветром: «На двух людей подул один и тот же ветер. Однако одному он показался холодным, а второй наоборот придал ему освежающий оттенок». Так и с информацией: разночтения возможны из-за отличий в характере восприятия разными людьми одного и того же высказывания. Всего одна запятая может кардинально изменить смысл передаваемой информации (все мы помним фразу «Казнить нельзя помиловать!»). Ещё Г.-Г. Гадамер писал: «Там, где требуется перевод, там приходится мириться с несоответствием между точным смыслом сказанного на одном и воспроизведенного на другом языке» [3].

Таким образом, влияние СМИ на человека достигло ранее невиданных масштабов. Необходимо понимать, что средства речевой выразительности играют важную роль в восприятии получаемой информации, которая влияет на дальнейшее формирование личного и общественного мнения, а также определяет модели дальнейшего поведения. В настоящее время чрезвычайно остро стоит вопрос о создании системы передачи информации, которая минимизирует влияние чужого мнения на передаваемую информацию, сохраняя при этом достоверность данных.

Литература

1. Бернстайн У. Массмедиа с древнейших времен и до наших дней / У. Бернстайн; пер. Н. Омеляновича, А. Николаева. – М. : АСТ, 2017. – 520 с.
2. Витгенштейн Л. Логико-философский трактат / Л. Витгенштейн; пер. с нем. и сверено с англ. пер. И. Добронравовым и Д. Лахути; общ. ред. и предисловие В.Ф. Асмуса. – М. Иностранная литература, 1958. – 288 с.
3. Гадамер Г.-Г. Актуальность прекрасного / Г.-Г. Гадамер. – М. : Искусство, 1991. – 368 с.

КУЛЬТУРА РЕЧИ В СМИ

*Копачев Роман Романович,
студент II курса строительного факультета;
Ковалева Наталья Александровна,
кандидат филологических наук,
доцент кафедры прикладной лингвистики
и межкультурной коммуникации
ГОУ ВПО «Донбасская национальная академия строительства и
архитектуры»*

Речь и жизнедеятельность человека неотделимы друг от друга. Человечество не может существовать без системы языковых знаков.

Умение использовать языковые средства является главным признаком культуры каждой личности. Уровень развитости языка в средствах массовой информации – одна из основных особенностей, обозначающих грамотность передач, которые транслируются по телевизору и радио, их остропублицистическую и художественную значимость.

В нынешнем языковом пространстве наглядно просматривается довольно сильное влияние на литературные правила со стороны свободного стиля бытовой речи, его перемещение в общественную область, в массовую коммуникацию. И это подкрепляется использованием заимствованной лексики после вхождения России в международную, социально-культурную, политическую сферу.

В результате прослеживается обеднение культурно-речевых средств и их применение в СМИ, которое сказывается в будничном речевом общении общества.

Можно утвердить, что в наше время, языковая раскрепощенность зачастую замещается языковой распушенностью, возникает проблема становления русской речи в прессе, на радиовещании и на голубом экране.

Средства массовой информации (далее СМИ) распределяются на зрительные (периодическая) печать, аудиальные (радио), аудиовизуальные (телевидение, документальные фильмы). Невзирая на все отличия между ними, СМИ соединяются в целостную систему контактного общения вследствие одинаковости функций и нестандартного строения коммуникативной процедуры.

Функции СМИ:

- информационная (уведомление о содержании информации, различных фактах и явлениях);
- комментарийно-оценочная (зачастую обзору фактов сопутствует разъяснение и толкование их, критика);
- когнитивно-образовательная (сообщая разнообразную культурно-историческую, научно-популярную информацию, СМИ воздействует на повышение потенциала эрудиции своих пользователей);

- функция влияния (СМИ обычно именуют «четвёртой властью»: ее воздействие на взгляды и поступки людей бесспорно в процессе всевозможных перемен в обществе или в период организаций многочисленных социополитических выступлений);

- гедоническая (предполагает изложение и порядок донесения информации, которые удовлетворяют заинтересованность человека в эстетических и духовных ценностях).

В основе отличий между СМИ лежат кодовые знаки, символические сочетания.

В повременных изданиях используется двойной числовой порядок, обычный язык в сочетании с изобразительными знаками (снимки, эскизы, пародии), а также всевозможные многошрифтовые подчеркивания, техники набора.

Если говорить о радио, можно вспомнить о триединстве: устная речь плюс природное звучание (гул) и музыкальное сопровождение.

Самым показательным примером изобразительных средств речевой деятельности, встречающимся в публицистической литературе, является аллюзия, состоящая из приемов текстообразования, которые заключаются в сопоставлении разрабатываемого текста с каким-нибудь реальным событием – художественным или эпохальным.

На особенности языка средств массовой информации влияют условия коммуникативного окружения, в которых он задействован.

Средства массовой информации имеют первостепенное значение в формировании норм языка и общения, и отвечают за то, чтобы эти нормы соответствовали лучшим высококультурным наследиям.

Литература

1. Артемов В. Л. Основные направления исследования и современное состояние теории массовой коммуникации за рубежом / В. Л. Артемов. – М.: Наука, 1999. – 27 с.

2. Багиров Э. Г. О знаковой природе и своеобразии языка телевидения как средства массовой коммуникации / Э. Г. Багиров. – М.: издательство МГУ, 1995. – 83 с.

3. Баранов А. Н. Языковые механизмы вариативной интерпретации действительности как средство воздействия на сознание / А. Н. Баранов. – М.: Знание, 2003. – 63 с.

4. Вакуров В. Н. и др. Стилистика газетных жанров / В. Н. Вакуров, Н. Н. Кохтев, Г. Я. Солганик. – М.: Наука, 1998. – 85 с.

ВЛИЯНИЕ СМИ НА РЕЧЕВУЮ КУЛЬТУРУ ОБЩЕСТВА

*Ивахненко Анастасия Анатольевна,
студентка II курса факультета стратегического управления и
международного бизнеса;*

*Садовская Наталья Николаевна,
старший преподаватель кафедры краеведения,
ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики*

Высокая культура общения между людьми обусловлена уровнем развития общества и отдельных личностей. В век информационных технологий, когда Интернет и телевидение определяют повседневную жизнь современного человека, огромное значение в формировании языковой нормы имеют средства массовой информации.

Цель исследования: определение масштабов влияния СМИ на формировании речевой культуры общества и предложение оптимальных путей решения проблемы, связанной со снижением качества языка.

Прежде чем выяснить масштабы влияния СМИ на формирование речевой культуры современного общества необходимо выявить сущность понятия «культура речи». Согласно трактовке Е. Н. Ширяева, культура речи представляет собой совокупность мероприятий по выбору и организации языковых средств в определенной ситуации общения, с учетом соблюдения *современных языковых и этических норм, с целью эффективного достижения конкретных коммуникативных задач [1].* Б. Кретов выделяет три вида источника, которые формируют национально-языковую культуру общества: средства массовой информации, организации (политические партии и группы давления, научно-информационная инфраструктура) и неформальные контакты (общение в семье, слухи, устное народное творчество) [2, с. 104].

Влияние СМИ на речевую культуру неоднозначно. С одной стороны СМИ помогает получить доступ к огромному количеству информационных источников расширить свой кругозор и быть в курсе событий. С другой стороны воздействие средств массовой информации искажает речевые нормы языка, что приводит к снижению качества речевой культуры и к разрушению национальных культурно-речевых традиций.

Демократизация языка средств массовой информации образовалась в результате отмены цензуры, идеологических табу, строгих стилевых установок, которые были характерны для постсоветского периода. Язык многих газет освобождается от стандартизованности и официозности. Исчезли типичные идеологически окрашенные фразы вчерашнего дня, некоторые речевые клише обрели вторую жизнь, получив в ироничном контексте совершенно другие значения. Возникает новый стиль выражения, характеризующийся свободой

выбора языковых средств, раскрепощением традиционно нормированного языка [3, с. 15].

На характер современных отечественных СМИ влияют и реалии рынка (конкурентная борьба), и глобализация информационных процессов, которые обуславливают исчезновение национальной самобытности под влиянием мощной информационной индустрии Запада. Привычными и обыденными становятся аморальность, сенсационность, беспринципность, массовая культура, когда размываются границы между реальным и идеальным, допустимым и все дозволенным.

В условиях глобализации и интеграции, в речевую культуру посредством средств массовой информации проникают иностранные слова и варваризмы, тем самым ограничивается национальный словарный запас. Примерами таких слов являются: *мэйк-ап*, *мессидж*, *саундтрек*, *фэйк*, *шопинг*, *шоурум*, *диджей*, *яхтинг*, *аккаунт*, *хэндмейкер*, *еврорынок*, *супермодный* и т.д. Также на информационном пространстве страны распространены ошибки связанные с:

неправильным склонением числительных (обоим командам жюри присудила по одному очку вместо обеим командам жюри присудила по одному очку);

употреблением тавтологий (городской градоначальник, мировая глобализация);

использованием устаревших слов («барышня»; «сударь»);

наличием уличной лексики («красава» – молодец; «прикол» – шутка);

неправильным употреблением слов и устойчивых словосочетаний (трупы павших (вместо павших) животных, оказать отпор (вместо сопротивление)).

Современные ученые считают, что средства массовой информации расширяют возможности выражения эмоционального состояния человека, при этом пагубно влияя на национальную речевую культуру. В результате вышесказанного, происходит замещение литературных языковых норм на жаргонизмы, тавтологии, сокращения, что приводит к увеличению уровня безграмотности.

С целью повышения уровня речевой культуры в общества мы предлагаем следующее:

1) внедрение определённых законопроектов, которые бы стандартизировали речь средств массовой информации и обогатили речевую культуру;

2) проведение предварительной экзаменации языковых знаний и умений, при принятии на работу, связанную с использованием русского языка;

3) проведение языковых олимпиад и конкурсов среди детей, молодых людей и работников СМИ с целью распространения грамотного использования русского языка;

4) проведение контроля рекламной продукции на соответствие литературным нормам, по возможности предпринимать необходимые финансовые санкции и штрафы рекламодателям за нарушение норм;

5) проведение профессиональными лингвистами анализа основных речевых ошибок среди средств массовой информацией;

6) организация движения, деятельность которого будет направлена на искоренение наиболее неприемлемых слов и оборотов на телевидении, на страницах журналов, газет и художественной литературы;

7) обеспечение информационной поддержки мероприятиям, направленных на обогащение речевой культуры общества;

8) установление для работников средств массовой информации повышенного образовательного ценза.

Каждый человек может и должен стремиться быть культурным. Способствовать реализации такого стремления должны и СМИ, предоставить людям возможность слышать и читать грамотные во всех отношениях тексты. Средства массовой информации в значительной степени определяют нормы языка и общения, и тем более велика их ответственность за то, чтобы эти нормы отвечали лучшим культурным традициям.

Литература

1. Речевая культура СМИ в аспекте модернизации современного общества [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://vrnbiz.ru/rechevaya-kultura-smi-v-aspekte-modernizacii-sovremennogo-obshhestva>, свободный. – (дата обращения: 21.10.2018).

2. Кретов Б. И. Средства массовой коммуникации – элемент политической системы общества // Социально-гуманитарные знания. – 2014. – № 4. – С. 104–106.

3. Колмакова В. В., Федоненко К., Савельев Т. Влияние СМИ на речевую культуру // Молодой ученый. – 2016. – №7. – С. 14–17.

4. Сухорукова А. В. Влияние СМИ на формирование духовной личности и общества // Культура народов Причерноморья. – 2008. – № 86. – С. 78–82.

НАМЕРЕННОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ОШИБОК В ИНТЕРНЕТ-КУЛЬТУРЕ

*Каширов Владислав Сергеевич,
студент I курса факультета компьютерных наук и технологий;
Салехова Светлана Владимировна,
старший преподаватель кафедры русского языка
ГОУ ВПО «Донецкий национальный технический университет»*

*«Я не могла поверить своим ушам:
оказывается, я работаю с человеком,
который ничтоже сумняшеся
снабжает словечко «клево»
эпитетом «чрезвычайно»!»
Тед Чан*

Современный русский язык имеет отличия у разных социальных групп, которые наполняют его своими особенностями, жаргоном или сленгом, но есть ряд единых норм и правил, которые не допускают использования неправильных форм. Искоренение разнообразных ошибок крайне важно для культуры устного и письменного общения, что может игнорироваться в интернете по ряду причин. Данная статья посвящена анализу причин намеренного использования ошибок.

Поводом для использования неправильных форм может выступать множество объективных и субъективных факторов, на основании которых можно составить следующую классификацию:

1. Юмористический. Ошибки могут применяться как шутка, создавая абсурдную ситуацию. Согласно «Теории допустимого нарушения» Питера МакГрафа и Джоэла Уорнера нарушение стандартного восприятия мира, которое при этом не воспринимается как что-то недопустимое, приводит к смеху [1]. Примером может выступать мем «*Мыш (кродеться)*». Если принять необходимость искажения языка, этот текст нарушает шаблон мышления, приводя к абсурдной ситуации. Грамматические ошибки выбиваются из представления о написании данных слов, а уточнение в скобках вызывает повествовательный диссонанс. Понимание, что это приемлемое допущение для шутки не отменяет нелепости и выступает причиной для смеха.

2. Эмоциональный. Предпосылкой появления данного фактора можно считать общение взрослых с детьми в младенчестве. Звукоподражание детской речи употребляется пользователями интернета для подчеркивания каких-либо

вещей, вызывающих приятные эмоции, таких как домашние животные. Конкретный пример такого подхода: подпись «Пути – не путю» с изображением кота, сжимающего палец человека. Искажение «Пусти – не отпущу» позволяет провести параллели с маленькими детьми в целом или с собственным детством. Приятные воспоминания или ассоциации позволяют усилить эмоцию, которое передает изображение.

3. Маргинальный. Большинство асоциальных элементов стойко следуют принципу Егора Летова: «Я всегда буду против» [2]. В такой ситуации нарушение норм речи выступает как социальный протест. В зависимости от масштаба маргинальной личности намеренные ошибки могут выступать мелким бунтом против социума, или же носить характер масштабного обсуждения, способного привести к изменению языковых норм. Подобный подход характерен не только для коммуникации в интернете, но и в реальной жизни. Данный фактор может проявляться при общении в разных интернет – ресурсах: анонимных имиджбордах, видеохостингах, соцсетях. Пример: «Я дважды это», что значит: *поддерживаю предыдущее заявление*.

4. Экономия языковых средств и времени. Желание максимально ускорить обмен сообщениями в чатах приводит к необходимости сокращать слова. Удобство в употреблении кратких форм привело к тому, что такие ошибки стали частью молодежного сленга. При общении в интернете подобные сокращения не принято воспринимать как нарушения. Примеры подобных сокращений: «спс» (*спасибо*), «бб» (*до свидания*).

5. Социальная адаптация. Намеренное использование ошибочных форм может не нести в себе смысловой нагрузки. В такой ситуации причиной для осознанного допущения ошибки выступает желание расширения коммуникации с иными социальными группами. Стремление контактировать с менее образованными личностями вызывается желанием продвигать собственные взгляды, заручаться поддержкой общественности. Рекламная акция компании «Бургер Кинг» со слоганом: «Смотри, не обострись» является таким примером. В данном случае этот каламбур выступает средством сближения с молодежным слоем социума.

6. Троллинг. Троллинг выражается в подстрекательстве других пользователей ради личного самоутверждения. Допущение ошибок выступает лишь одним из множества видов провокаций, используемых «троллями». Правильным поведением для социума является игнорирование подобных субъектов. Лишенные внимания они не получают морального удовлетворения. Пример подобного поведения – отправка письма наполненного ошибками от чужого имени, такого как это: «Здрастуйте. Я, Номад. Хотел бы чтобы вы сделали игру, 3Д-экион суть такова... Пользователь может играть лесными эльфами, охраной дворца и злодеем. И если пользователь играет эльфами то эльфы в

лесу, домики деревянные набигают солдаты дворца и злодеи. Можно грабить корованы...

P.S. Я джва года хочу такую игру».

7. Повтор. Повторение чужих ошибок, как намеренных, так и нет, связано с тем, что первоначально они исходят от крупных медийных личностей. Человек может осознанно повторять в качестве высмеивания оплошности этих личностей или просто вторить за кумиром. Ситуация с Дональдом Трампом [3], написавшим «*Press covfefe*» вместо «*Press coverage*» (негативное освещение в прессе) являет собой наглядный пример. Сообщество повторяло опечатку и искало в ней глубокий смысл ради развлечения или в качестве иронии по отношению к данной персоне.

Исходя из полученной классификации, можно прийти к выводу, что не всякое намеренное употребление ошибок несет в себе негативный посыл или вредит культуре общения. Однако злоупотребление данными конструкциями может привести к снижению общей культуры личности и общества.

Литература

1. Peter McGraw & Joel Warner – The Humor Code: The Global Search for What Makes Things Funny//Senior Publicist, Simon & Schuster, 2014 – 256 p.
2. «Я всегда буду против!»: путь бунтаря Егора Летова [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://russian7.ru/post/ya-vsegda-budu-protiv-istoriya-buntar/>
3. Ковфефе или covfefe. Что значит новый и уже ставший мемом твит Трампа [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://medialeaks.ru/3105stost-kovfefe-ili-covfefe/>

ЯЗЫК СМИ: ФУНКЦИЯ ВОЗДЕЙСТВИЯ

*Кусков Никита Олегович,
студент II курса факультета компьютерных наук и технологий,
Матулевская Наталья Павловна,
старший преподаватель
кафедры русского языка
ГОУ ВПО «Донецкий национальный технический университет»*

Развитие языковой культуры тесно связано с развитием общества, которое зачастую черпает знания, пополняет информативные пробелы, пользуясь сведениями и комментариями средств массовой информации. То есть СМИ являются как бы поставщиками и распространителями коллективного знания. Сюжетом для масс-медиа может служить любое жизненное событие. Создаются новые телеканалы, различные ток-шоу (в том числе и политические), распространяются сетевые версии печатных изданий, появляются радиостанции, газеты, журналы, онлайн-публикации. Люди попадают в особый аудиовизуальный мир, погружаясь в водоворот закодированной информации, ощущая мощнейшее воздействие СМИ.

В современной науке для обозначения новой виртуальной территории пользуются такими терминами, как информационное пространство, информационная среда, медиаландшафт, инфосфера.

Медиапсихологи утверждают, что восприятие человеком окружающей действительности, его мировоззрение, предпочтения зависят (во многом) от того, каким ее представляют СМИ, несущие идеологическую модальность. Поэтому средства массовой коммуникации должны стоять на страже общественных интересов. Но, к сожалению, мы можем вспомнить случаи, когда СМИ явились инструментом оболванивания масс, воспользовавшись безграничной верой русских людей в печатное, звучащее и телевизионное слово (речь идет о финансовых пирамидах «МММ», «Олби» и др.). Думаем, что следует ставить вопрос об ответственности средств массовой информации перед обществом.

Именно в масс-медиа наиболее отчетливо проявляется воздействующая функция языка.

Появилась даже наука, анализирующая структуру и лексический состав медиатекстов – медиалингвистика. Методом исследования текстов СМИ избран дискурсивный. Дискурс – это вербальный текст в совокупности с экстралингвистическими (прагматическими, социокультурными и психологическими) факторами; это речь, рассматриваемая как социальное действие [1, с. 101]. Медиалингвистика получает оперативную информацию о влиянии СМИ на языковые процессы, о состоянии языковой культуры общества.

Конструктивным типом организации текстов средств массовой информации является чередование стандартных и экспрессивных их сегментов. Стандартные сегменты – это однозначно и легко воспринимаемые, существующие в готовой форме немаркированные языковые единицы. Экспрессивные сегменты – это маркированные элементы, выражающие авторскую оценку содержания высказывания. Поскольку язык – это динамическая, развивающаяся система, то в ней происходят саморегулируемые процессы перевода часто повторяющихся экспрессивных единиц в разряд стандартных. На основании этого медиалингвистика делает вывод о состоянии языковой культуры общества.

Умение правильно говорить и писать по-русски с использованием лексического богатства русского языка является определяющим в профессиональной пригодности творческих работников СМИ. Периодическая печать, наиболее традиционная разновидность СМИ, остается и сегодня важнейшим средством массовой информации, обладающим значительным потенциалом воздействия не только на читателя, но и на разные стороны жизни социума [6, с. 22]. Пытаясь привлечь внимание читателя, журналисты экспериментируют с языком, используют различные средства речевой выразительности. Одним из таких средств является аллюзия.

Аллюзия представляет собой прием текстообразования, заключающийся в соотнесении создаваемого текста с каким-либо прецедентным фактом – историческим или литературным [1, с. 93]. Например: «Батарей просят тепла», «Врагу не сдается наш гордый «Спартак», «Неисповедимы пути реформы». Аллюзии раздвигают временные рамки и расширяют культурное пространство текстов, служат средством выражения оценки и создания комического эффекта.

Культура русской речи в СМИ – одна из характеристик, определяющих профессиональный уровень телевизионных и радиопередач, их публицистическую и художественную полноценность [3, с. 48]. Журналисты и ведущие стремятся сохранить прелесть русского языка во всем его богатстве и многообразии. Но в силу общей низкой культуры владения русской речью их стремление к языковой раскованности нередко приводит к языковой распушенности. В результате на радио и телевидении мы слышим усредненную интеллигентную скороговорку с употреблением большого количества заимствований, а порой даже уличного жаргона. Это во многом связано с отменой цензуры и общением в прямом эфире людей, имеющих низкий уровень образования и речевой культуры.

Жаргонизмы и неcodифицированная лексика проникают даже в новостные тексты: «липовая фирма», «сливает информацию», «разборки», «впарить товар», «пофигизм», «тусовка» (РТР), «спустить на тормозах», «тусовка», «выразить респект», госкомпания «прохлопала» 200 тыс. \$ (НТВ). Многократно повторяются экранные клише.

Многие журналисты склонны трактовать понятие свободы слова слишком широко, допуская употребление бранной, а то и нецензурной лексики. В средствах массовой информации, с одной стороны, постоянно говорят о

необходимости уважительного отношения к русскому языку, но с другой стороны, с экранов телевизора часто звучит далеко не образцовая речь, изобилующая ошибками. Это и неправильное ударение «средствА», «языкОвый вуз», «мАстерски», «квАртист»; и многочисленные плеоназмы: «на улице минус восемь градусов ниже нуля», «в январе месяце»; и неточное употребление слов: «большая половина», «я внимаю к вашему разуму», «понес жертвы», «уделить важное внимание». Огромное количество речевых погрешностей встречается при употреблении имени числительного: «с двухстами пятидесятью студентами», «Отсутствовал больше полторы недели», «по обоим сторонам дороги», «закончить строительство к первому октябрю», «пятеро сотрудниц».

Нередки и синтаксические отклонения, связанные с нарушением согласования по смыслу: «У коллектива много трудностей, им нужно наладить четкую работу». Встречается неправильное управление: «с большинством нашими рабочими»

Конечно, язык не может не меняться со временем. Среди лингвистов бытует мнение, что язык как самоорганизующая система сам справится с нарушениями норм, выберет лучшее и отбросит ненужное, наносное. Возможно и так.

Но на наш взгляд, необходимо совершенствовать речевую грамотность работников СМИ: организовывать занятия по культуре речи и ораторскому искусству и осуществлять контроль за эфиром с участием консультантов-специалистов.

Литература

1. Багиров Э. Г. О знаковой природе и своеобразии языка телевидения как средства массовом коммуникации / Э. Г. Багирова / Предмет семиотики Теоретические и практические проблемы взаимодействия средств массовой коммуникации. – М. : 1975. – 214 с.

2. Баранов А. Н., Паршин П. Б. Языковые механизмы вариативной интерпретации действительности как средство воздействия на сознание / А. Н. Баранова, П. Б. Паршин / Роль языка в средствах массовой коммуникации. – М. : ИНИОН, 1986. – С. 100–143.

3. Граудина Л. К., Ширяев Е. Н. Культура русской речи / Л. К. Граудина, Е. Н. Ширяев. – М. : 2001. – 549 с.

4. Гаузенблас К. Культура языковой коммуникации / К. Гаузенблас. – М. : 2002 – 320 с.

5. Костомаров В. Г. Русский язык на газетной полосе / В. Г. Костомаров. – М. : Издательство МГУ, 1871. – 268 с.

6. Медведева С. Ю. Специфика языка печати как средства массовой коммуникации / С. Ю. Медведева // Роль языка в средствах массовой коммуникации. – М. : 1996. – С. 217-243.

ЯЗЫКОВЫЕ ОСОБЕННОСТИ КОММЕРЧЕСКОЙ РЕКЛАМЫ

*Лазарева Валерия Игоревна,
учащаяся МОУ «Гимназия №70 города Донецка»;*

*Юрьева Елена Владимировна,
кандидат филологических наук,
доцент кафедры русского языка*

ГОУ ВПО «Донецкий национальный технический университет»

Актуальность темы исследования определяется необходимостью описания дискурса коммерческой рекламы, поскольку она не только представляет собой колоссальный массив культуры современного социума, но и настойчиво вторгается в информационное пространство каждого отдельного человека.

Известный специалист по рекламе Дэвид Огилви утверждает, что рекламными текстами интересуются в среднем 5% общего числа читателей газет и журналов, и это, по нашему мнению, внушительная цифра.

В данной статье мы попытаемся дать ответ на вопрос, какие языковые средства делают коммерческую рекламу привлекательной, интересной, яркой, экспрессивной, а также запоминающейся.

Цели рекламного текста:

- привлечение внимания адресата;
- сообщение информации;
- воздействие на адресата.

Эти цели достигаются путем использования правил и методов составления рекламных текстов (специальных ходов и тактик). Они направлены на то, чтобы повлиять на адресата на подсознательном уровне, т. е. завуалированно. Таким образом, использование тех или иных языковых средств является стратегическим замыслом адресанта. К непосредственно языковым приёмам можно отнести различные средства выразительности на всех языковых уровнях: аллюзии, метафоры, сравнения, параллелизмы, повторы, аллитерации, ономатопею, концентрацию императивных форм глагола и коннотативных прилагательных и т. д. [1, с. 172].

Ниже приведены примеры использования некоторых языковых средств, используемых адресантом коммерческой рекламы (см. таб. №1).

Таблица №1.

Языковое средство	Пример использования
Жаргонизмы, вульгаризмы, просторечные слова	«Похоже на какое-то наедалово . Только сейчас! Второй Биг Кинг бесплатно» или « Налижемся! Только сейчас! Второе мороженое – бесплатно» (https://lenta.ru/news/2016/04/25/chastushki/), «Реклама на билетах. Транспорт рулит »

	(http://designlogo.com.ua/commercial_offer_design).
Многозначные слова	«Многие считают, что у нас много комплексов . Это правда. Донстрой» (https://donstroy.com/press/news/imidzhevaya-kampaniya-donstroy-ne-stesnyaetsya-svoih-kompleksov)
Антонимические пары	«Пока остальные предлагают выход в интернет, мы покажем вам вход » (https://freelance.ru/aquafobia).
Эпитеты	«Наши тарифы – самые современные . Доказано тысячами счастливых абонентов. Самые вкусные тарифы для самых привередливых гурманов» (https://freelance.ru/aquafobia) или « Самые популярные шкафы для одежды» (https://rozovayashlepka.livejournal.com/5343.html).
Сравнение	« Траст – он как я, только Банк! Брюс Уиллис» (https://yagla.ru/blog/marketing/99-samyh-izvestnyh-sloganov-v-rossii/)
Метафора	« Туалет – лицо хозяйки» (https://vlada-rykova.com/smeshnye-slogany/).
Оксюморон	« Страшно высокий доход » (https://investments.academic.ru/pictures/investments/img1981045_kommercheskie_banki_ustanavlivayut_svoi_protcentnyie_stavki.jpg).
Олицетворение	«Сундучок. Здесь живут детские мечты » (https://vlada-rykova.com/detskie-slogany/).
Рифма	«Звездочки – трюк афериста . А с этим тарифом все чисто » (https://www.nn.ru/news/gorod/2015/04/03/kompanii_ele2_rekomendovali_izmenit_reklamnye_slogany/) или « M&M`s таит во рту, а не в жару » (https://vk.com/page-95715088_51977730)
Прецедентные феномены	« Породистый интернет в добрые руки. Недорого » (https://freelance.ru/aquafobia).

Итак, языковые средства в рекламе отбираются с учётом критериев информативности и аттрактивности [2].

С помощью вышеперечисленных средств создаются образность и эмоциональность рекламного сообщения, которые направлены на повышение интереса адресата, на усиление эффекта коммуникации, на появление у адресата позитивных или негативных эмоций и на эффективное запоминание информации.

С целью усиления перлокутивного эффекта в рекламном тексте адресантом могут использоваться одновременно несколько вербальных приёмов на

нескольких уровнях. Например, в слогане *«Потому что по интернету не передать тепло руки. Аромагия сближает»* (<http://discourseanalysis.org/ada15/st103.shtml>), во-первых, адресант использует лексему «рука», которая является одним из ста наиболее частотных слов русского языка и в сочетании с прилагательным «теплый» символизирует дружбу, любовь, заботу, искренность, во-вторых, адресант использует такой распространенный и действенный прием, как олицетворение («Аромагия сближает»). Репрезентатив «Аромагия сближает» можно определить как завуалированный комиссив, внушающий адресату мысль о том, что, выпив чашку кофе, он сблизится со своим собеседником.

Язык рекламы, безусловно, играет в нашей жизни большую роль. Реклама – это средство воздействия адресанта на адресата. Адресант осуществляет такое воздействие с целью изменения системы знаний, норм и ценностей адресата, его представлений об окружающем мире и обществе, товарах и услугах.

Литература

1. Добросклонская Т. Г. Вопросы изучения медиатекстов (опыт исследования современной английской медиаречи). Изд. 2-е, стереотипное / Т. Г. Добросклонская. – Москва: Едиториал УРСС, 2005. – 288 с.
2. Дудина Е. П. Семантика и функции лексико-грамматических единиц в рекламе: автореф. дисс. канд. филолог. наук / Е. П. Дудина. – Архангельск, 2006. – 18 с.
3. Огилви Д. Откровения рекламного агента / Д. Огилви. – М. : Финстатинформ, 1994. – 109 с.
3. Юрьева Е. В. Язык рекламы как гипержанр искусственной устной и письменной речи / Е. В. Юрьева // Донецкие чтения 2016. Образование, наука и вызовы современности: Материалы I Международной научной конференции (Донецк 16-18 мая 2016 г.). – Том 5. Филологические и философские науки / под общей редакцией проф. С. В. Беспаловой. – Ростов-на-Дону: Изд-во Южного федерального университета, 2016. – С. 105-107.
4. Юрьева Е. В. Манипуляция и условия эффективности дискурса социальной рекламы / Е. В. Юрьева // Litera. – 2016. – № 3. – С.1-5. DOI: 10.7256/2409-8698.2016.3.19681. URL: http://e-notabene.ru/fil/article_19681.html

ПРОЦЕССЫ ГРАФОДЕРИВАЦИИ В РЕКЛАМНЫХ ТЕКСТАХ И ТЕКСТАХ СМИ

*Лунёва Дарья Дмитриевна,
ученица 11 класса*

*ГБ НОУ «Республиканский многопрофильный лицей-интернат
«Григорьевская школа» Министерства образования и науки
Донецкой Народной Республики;*

*Романенко Виктория Викторовна,
учитель русского языка и литературы*

*ГБ НОУ «Республиканский многопрофильный лицей-интернат
«Григорьевская школа» Министерства образования и науки
Донецкой Народной Республики*

Цель нашей работы: исследовать процессы графодеривации в современном русском языке на примере рекламных текстов и текстов СМИ

Задачи нашей работы:

- изучение теоретических вопросов, связанных с понятием «производное слово», «способ словообразования», формант в современных научных теориях;
- характеристика такого способа словообразования, как графодеривация;
- представление типологии графодериватов;
- демонстрация функций и эффективности использования дериватов в рекламных текстах и текстах СМИ;

Определение понятия «графодеривация», которое дал В.П. Изотов: «это такой способ образования слов, при котором в качестве словообразовательного оператора выступают графические и орфографические средства (графические выделения, знаки препинания и т.п.)».

Под графодеривацией в современной русистике понимается отображение однокоренных слов или лексических вариантов одного слова в разной графике, что позволяет в одной лексической единице аккумулировать разные смысловые приемы, в результате чего появляется лексическая единица с новым значением. Данный способ словообразования возник под влиянием заимствований из других языков. Изначально графодеривации подвергались слова иноязычного происхождения, позднее стали использоваться и исконно русские слова.

Графодериваты, в первую очередь, представляют собой минимальный текст, а во вторую, включают в свой состав две части: мотивирующую часть, которая выражена средствами одного естественного языка, и

словообразовательный формант, выраженный средствами другого естественного языка, или графическими и орфографическими средствами этого же языка, нарушающими принятое написание, или элементами неязыковых семиотических систем.

Графодериват является сложным вторичным образованием текста, для которого характерным является соединение вербальных и невербальных элементов. Они образуют структурно-смысловый и визуальный синтез, который предназначен для полного воздействия на адресата.

По способу образования можно выделить две основные подгруппы:

1) дериваты, в которых основой являются русские транскрипции названий букв нетранслитерированной аббревиатуры (эсэмэска ← SMS);

2) дериваты-гибриды, где с русскими формантами соединяются аббревиатуры, которые не были освоены графически (ИТшник – [айтишник] ← ИТ).

Среди видов графодериватов в современной науке выделяют:

1) монографиксация – создание лексем графическими средствами одного языка (вКЛЮЧайся в праздник, метры сНОСА, данные паСПОРТа, чего наДУМАли);

2) графогибридизация (полиграфиксация) – создание неолексем при помощи графических средств разных языков (Рисковый boy, русский РРемонт, DVD-МАНИЯ, ZOOвосторг);

3) графоморфоактуализация – разбивка строки на особые слова, приводящая к актуализации внутренней формы элемента, псевдомотивация (ВСЕ ПО максимУМУ, Поло. Умные) или слияние (ДляНос);

4) небуквенные способы графиксации:

- кодографиксация – создание лексем с помощью сегментных средств разных кодовых систем;

- колоризация и типографиксация – цветовое, курсивное выделение какой-либо части деривата;

- синграфемика – пунктуационное варьирование с определенной целью;

5) комбинированные графодериваты – создание неолексем с помощью сочетания средств вышеприведенных разновидностей графодеривации.

Они делятся на:

- нумерографиксация (буква + цифра) – замена буквы цифрой, контур которой похож на нее (4ехов, на100ящая польза);

- инетографиксация (буква + интернетовский знак – Co@libri) и смайлографиксация (буква + смайлик);

- пиктографиксация (буква + рисунок) – буква кириллицы заменяется знаком, похожим на нее графически и по произношению;

- 6) намеренное нарушение орфографической нормы с выделением;
- 7) сочетание разных типов (Итого-ГО-2012);
- 8) замена буквы словом и выделение строчки.

Основной целью графодеривации в первую очередь является привлечение внимания, чаще всего – потребителя. Чем ярче и красочнее будет пример, тем больше вероятность того, что люди запомнят конкретную номинацию, и в дальнейшем будут возвращаться к нему. Графодеривация – это процесс интересный и необходимый в современном словообразовании.

Данная работа будет интересна студентам-филологам, журналистам, учителям русского языка, учащимся профильных классов.

Литература

1. Валгина Н. С. Активные процессы в современном русском языке: Учебное пособие / Н. С. Валгина. М.: Логос, 2001. – 302 с.
2. Гридина Т. А. Языковая игра: стереотип и творчество / Т. А. Гридина. – Екатеринбург: Урал.гос.пед.ун-т, 1996. – 214 с.
3. Земская Е. А. Словообразование как деятельность / Е. А. Земская. – М.: Наука, 1992. – 220 с.
4. Земская Е. А. Современный русский язык. Словообразование / Е. А. Земская. – М., 1973. – 169 с.

ЖАНР ПУТЕВОГО ОЧЕРКА В СОВРЕМЕННЫХ СМИ

*Моргун Виктория Васильевна,
студент II курса факультета
юриспруденции и социальных технологий;
Светличная Влада Юрьевна,
старший преподаватель кафедры краеведения
ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики»*

Газетная журналистика тематически неисчерпаема, огромен ее жанровый диапазон. Появление жанров журналистики было обусловлено историческими условиями развития средств массовой информации, общественной и политической практикой, теми задачами, которые стояли перед каждым поколением публицистов, наконец, насущными требованиями того или другого времени.

«Королем» среди всех художественно-публицистических жанров считают очерк, а одним из его разновидностей, который возник еще во времена существования протожурналистики, является путевой очерк.

Очерк в истории публицистики известен с конца XVIII века. На протяжении всей своей истории – от появления до современного развития – очерк стремился знакомить читателя с новыми, рождающимися формами жизни и ее повседневным ходом, пробуждать общественное мнение и формировать понимание права выдвигать и отстаивать передовые мысли, сочетая объективную оценку действительности с субъективным мнением.

Что же называется очерком? О. Бобков отмечает, что это «жанр, где с помощью литературных, художественных методов журналистскими приемами воспроизводятся события, явления действительности, портрет человека» [2, с. 43]. Но такое определение, по-нашему мнению, лишь поверхностно характеризует природу очерка. З. С. Смелкова дает следующее определение данному жанру: «очерк – это короткое повествовательное произведение, главной целью которого является образная иллюстрация или образная информация» [11, с. 224].

«Толковый словарь» дает иное определение очерка: «1. Контур, очертания; 2. Небольшое литературное произведение, дающее краткое выразительное описание чего-либо; 3. Описание, исследование определенного вопроса, дающее общее представление о нем» [8]. Опираясь на эти определения, можно сделать вывод, что очерк как определенный тип художественно-публицистических жанров представляет и анализирует в образной форме реальные факты и явления общественной жизни и, как правило, сопровождается прямыми авторскими толкованиями.

М. М. Ким замечает, что со временем «жанр путевого очерка стал более развлекательным. На его основе начали возникать другие разновидности: путевые заметки, зарисовки, лирические дневники» [9, с. 210].

Современные СМИ не часто используют жанр путевого очерка на своих страницах. Анализ изданий показал, что «сторонниками» этого жанра являются преимущественно женские издания (журналы «Натали», «Единственная», «Лиза», «Отдохни»). Учитывая это, мы решили проанализировать географию путевого очерка журнала «Натали».

Для анализа нами были выбраны номера журнала «Натали» за 2017-2018 годы. В течение этого периода на страницах издания появилось 57 путевых очерков.

Относительно географии путевого очерка в женском издании следует подчеркнуть, что почетное первое место завоевала Греция. О ней было написано 7 путевых очерков. Руководители туристических агентств объясняют популярность этого курорта тем, что отдых у моря в Украине и России стоит не дешевле, чем в Греции. А если учесть факт, что путевой очерк безусловно пишется о том уголке, который автор увидел воочию, становится понятным, почему именно эта страна оказалась лидером.

Следует также отметить, что другие места на пьедестале славы заняли, такие страны как Турция, Египет, Чехия, ОАЭ и Австрия. Частоту их упоминания можно было бы объяснить фактом доступности туров. Нами было подсчитано, что Северной Америке издание выделило 3,5 %, Африке – 10,5 %, Азии – 39 %, а Европе – 47 % места объема.

Как-то французская писательница Мадлен де Скюдери сказала, что женщина привязана к моде. Известно, что «Натали» является женским журналом. Как указано на официальной странице издания, «Натали» всегда знает, что волнует и интересует ее читательниц, ведь творят журнал женщины. На наш взгляд, именно направленность на женскую аудиторию влияет на выбор стран для путевого очерка. К тому же редакция издания охотно публикует материалы своих читательниц, которые сами побывали в описываемых уголках.

Очерковый жанр имеет разнообразную географию и многогранное описание видов природы. Ярким примером этого является путевой очерк Елены Чекан «Андалузская Primavera».

Во вступлении автор описывает андалузскую весну: «...Сейчас здесь цветет все: от травы до непонятных фантастических цветов, напоминающие огромные сферические антенны, винты, вообще бог знает что. Ну и, конечно, цветут апельсины, лимоны и другие цитрусовые... Рай земной! Добавим к этому *mucho calor* – солнечное пекло и резкий клекот птиц... А напоследок добавим вакханалию благовоний – их отовсюду гонит тот же сильный ветер. Поэтому «*Viva Primavera!*» – «Да здравствует весна!» [12, с. 61-61]. За вступлением идет небольшой рассказ автора о географическом положении Андалузии, разделение ее на провинции, делается небольшой исторический экскурс во времена завоевания этих земель, описываются природные возможности края. Такой

публицистической составляющей композиции автор дает читателю основу, базовую информацию об описываемом уголке.

Итак, проведя исследование географии путевого очерка, мы пришли к выводу, что на выбор тех или иных стран, безусловно, влияет определенным образом расчет СМИ на ту или иную аудиторию. Однако стоит подчеркнуть, что этот фактор является не единственным и не самым важным, он функционирует наряду с другими факторами, совокупность которых и формирует географию путевого очерка в современных СМИ.

Анализ издания «Натали» показал, что география современного путевого очерка во многом зависит от аудитории, которую обслуживает конкретное издание. Этот жанр сочетает в себе достаточно разнородные элементы, как например, справочная информация, лирические отступления, легенды и предания, вставные микро-новеллы, эпизоды с собственным законченным сюжетом.

Литература

1. Беневоленская Т. А. Композиция газетного очерка. : Пособие по спецкурсу / Т. А. Беневоленская. – М., 1975.
2. Бобков А. К. Газетные жанры: Учеб. пособие / А. К. Бобков.– Иркутск : Иркут. ун-т, 2005.
3. Горький М. А. – О. Жиге.// Собр. соч. : В 30 т. – М., 1953. – Т. 30.
4. Гуревич С. М. Газета : Вчера, сегодня, завтра : Учебное пособие для вузов / С. М. Гуревич. – М. : Аспект Пресс, 2004.
5. Даль В. И. Толковый словарь живого великорусского языка: В 4-х тт. // П – Р. – М. : ОЛМА Медиа Групп, 2007. – Т 1.
6. Дяговцев И. И. Журналистская жанрология: Учебное пособие для студентов факультета «Журналистика» / И. И. Данцев. – Донецк : НОРД-Пресс, 2009.
7. Ефремова Т. Ф. Современный толковый словарь русского языка [Электронный ресурс]. – Режим доступа : // <http://enc-dic.com/efremova>.
8. Журбина Е. Искусство очерка (избранные главы) / Е. Журбина. – М., 1957.
9. Ким М. Н. Жанры современной журналистики / М. Н. Ким. – СПб. : Изд-во Михайлова В. А., 2004.
10. Лазаревич Ю. Н. Мастерство географического описания / Ю. Н. Лазаревич // География – 2003, – № 13.
11. Смелкова З. С. Риторические основы журналистики. Работа над жанрами газеты: Учебное пособие /З. С. Смелкова. – М. : Флинта : Наука, 2002.
12. Чекан О. Андалузска Primavera // Натали – 2008 – № 14.

ОСОБЕННОСТИ КОММУНИКАЦИИ В ВИРТУАЛЬНОМ ПРОСТРАНСТВЕ

*Мясищев Артем Сергеевич,
ученик 11-А класса
МОУ «Школа № 28 г. Донецка»;
Бойко Виктория Александровна,
учитель украинского языка и литературы
МОУ «Школа № 28 г. Донецка»*

Актуальность. Постиндустриальная эпоха, а также порожденное ею информационное общество нуждается в повышении уровня коммуникативной культуры. Проблемы межкультурной коммуникации, общей коммуникативной среды – одни из самых актуальных проблем всего глобализационного процесса. Создаются новые правила общения между людьми, снимаются возникшие при этом барьеры. Особенности общения в Интернете, создаваемый сетевой жаргон, распространенный вне виртуальной системы являются неотъемлемой частью жизни современного человека и требует внимания исследователей.

На основе всемирной сети Интернет, вернее сказать, внутри этого виртуального пространства возникают новые виды деятельности людей. Интернет создает также и новые законы коммуникации. На примере киберспорта можно проиллюстрировать оба последних утверждения. Киберспорт, компьютерный или электронный спорт, признанный вид спорта – командное или индивидуальное соревнование на основе видеоигр. Участники видеоигр называются геймерами. Интернет дает возможность собирать команды геймеров из разных стран, носителей разных языков. Полиязычность является существенным барьером, который устраняется с помощью языковых новообразований.

Исследованиям сетевой коммуникации посвящали свои труды Гасумова С. Е., Ляшенко Е. С., Леонтьев В. П., Негодаев И. А., Иванов Д. В. и т.д.

Цель работы – исследовать структурно-семантические особенности языка общения в среде геймеров.

Для общения игроков в рамках интерфейса игры создается чат. «Чат, чаттер (англ. *chatter* – болтать) – средство обмена сообщениями по компьютерной сети в режиме реального времени, а также программное обеспечение, позволяющее организовывать такое общение» [6]. С помощью чата игроки обмениваются информацией и выражают эмоции.

Рассматривая Интернет как семиосферу, то есть знаковое пространство, Е. С. Ляшенко называла различные черты сетевой культуры и принципы ее функционирования. Например, автор писала о таких принципах как увеличение количества коротких сообщений, замененных символами, и увеличение

количества текстов [3, с. 101]. Общение в чате состоит из коротких сообщений. Чтобы преодолеть языковой барьер, они конструируются таким образом, чтобы приобрести вид символа, знака, максимально короткого и сконцентрированного и при этом понятного носителю любого языка. Примечательно, что за основу общения в среде геймеров все же берется английский. Создается так называемый сетевой жаргон или жаргон геймеров. Ученый-языковед Ю. М. Скребнев в качестве жаргона представляет слова таких социальных групп, которые отличаются неформальным характером, а также могут быть шутливой заменой слов, существующих в нейтральной сфере литературного языка [5, с. 34].

Анализ чатов популярных во всем мире видеоигр «World of Warcraft» (WoW), Dota, Heartstoun и других позволил сгруппировать языковой материал по семантическому и структурному признаку.

По семантическому признаку мы разделили языковой материал на такие группы:

- описание игровых ситуаций: *лаг* (*lag* – «задержка») - задержка между действиями игрока и откликом игры на эти действия; *ивент или эвент* (*event* – «событие») - какое-либо нестандартное мероприятие в игре, проводимое администрацией, например, конкурс, ярмарка, появление мобов в неожиданных местах и т.д.; *дать звезду* (*give star*) - передать лидерство группы; *бурст* (*burst* – «взрыв») - нанесение максимально большого количества урона по противнику за минимальный промежуток времени и т.д.

- формулы, представляющие сетевой этикет: *bb* (*bye bye*) – пока, до свидания; *gg* (*good game* – «хорошая игра») – пишут в конце игры или для того, чтобы сдаться; *gl* (*good luck*) – пожелание удачи; *грац*, ГЦ (*congrats* – «поздравляю») – распространенное общеигровое выражение, применяющееся для любых поздравлений игрока и т.д.

- названия персонажей и предметов игрового мира, ранжирование игроков: *бесклан* – игрок не принадлежащий ни к какой гильдии или клану; *ближник* – персонаж использующий ближний бой и ближние атаки; *дальник* – персонаж с дистанционной атакой; *доспы* (сокращение от «доспехи») – предметы экипировки персонажа, такие как перчатки, ботинки, шлем и т.д.

Структурной особенностью жаргона геймеров является прежде всего аббревиация как способ словообразования, акронимы: *ASAP* (*as soon as possible* – «как можно скорее») – сокращение, используемое игроками для информирования о том, что они хотят получить или сделать что-то как можно быстрее; *AFK* (*Away from the keyboard*) – (афк) отошел от компьютера; *AoE* (*area of effect* – «воздействие по площади») – свойство умения, заклинания, предмета и т.д. воздействовать не на конкретную цель, а по определенной области; *BRB* (*be right back*) – скоро вернусь; *cd* (*Cool Down* - кулдаун) – перезарядка навыка.

Сокращенные слова: *inf* (*infernal*) – адский (один из уровней сложности локаций); *thx* (*thanks* – «спасибо») – выражение благодарности.

Морфологические передачи английских слов: аддон (add-on – «дополнительный»); агрить (aggression – «агрессия»); абилка (ability – «способность»); баг (bug – «ошибка») – глюк или ошибка в игре и т.д.

Сетевая коммуникация без сомнения требует дальнейшего исследования. На данный момент к миру видеоигр прибавляется все больше последователей, и жаргон геймеров может войти в активную лексику значительного по объемам сегмента общества. Точно так же это явление может исчезнуть, поскольку Интернет очень динамичен, и огромное количество текстов компенсируется их быстрым исчезновением и забвением.

Литература

1. Гасумова С. Е. Информационные технологии в социальной сфере : учеб. пособие / С. Е. Гасумова. – М. : Дашков и К, 2015. – 311 с.
2. Леонтьев В. П. Интернет 2010. Универсальный справочник / В. П. Леонтьев. – М. : ОЛМА Медиа Групп, 2010. – 800 с.
3. Ляшенко Е. С. Семиотический аспект интернет-культуры / Е. С. Ляшенко // Гуманитарный вектор. Серия : Педагогика, психология. – 2011. – №2. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/semioticheskiy-aspekt-internet-kultury> (дата обращения: 02.11.2018).
4. Садохин А. П. Введение в теорию межкультурной коммуникации / А. П. Садохин. – М. : Высш. шк., 2005. – 310 с.
5. Скребнев Ю. М. Основы стилистики английского языка. / Ю. М. Скребнев. Учебник для ин-тов и фак. иностр. яз. – 2-е изд., испр. – М. : Астрель, 2003. – 221 с.
6. Чат [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A7%D0%B0%D1%82>

ЯЗЫК И СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

*Назаренко Анастасия Сергеевна,
студент II курса факультета
юриспруденции и социальных технологий;
Светличная Влада Юрьевна,
старший преподаватель кафедры краеведения
ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики»*

Современные средства массовой информации во многом определяют языковую, социально-психологическую и культурную ситуации в обществе. Информирова человека о состоянии мира и заполняя его досуг, СМИ оказывают влияние на весь строй его мышления, на стиль мировосприятия, а так же на отражение языкового сознания.

Язык СМИ относят сегодня к одной из основных форм языкового существования. Именно анализ текстов массовой коммуникации позволяет делать выводы относительно языковой компетенции говорящих и тех тенденций в развитии литературных языков, которые наблюдаются в данный период.

Вопросы языкового обеспечения массовых коммуникационных процессов рассматривались в работах Г. В. Степанова, Д. Н. Шмелева, В. Г. Костомарова, О. А. Лаптевой, Г. Я. Солганика, Ю. В. Рождественского, А. Н. Васильевой, С. И. Сметаниной, Т. Г. Добросклонской, Т. Ван Дейка, Алана Белла, Мартина Монтгомери, Номера Фейерклафа. Структура и содержание медиаречи изучались в рамках самых различных школ и направлений: с точки зрения социолингвистики, прагматики, семиотики, психолингвистики, функциональной стилистики, дискурсивного анализа, контент-анализа, когнитивной лингвистики и др. [1, с. 80].

Говоря об основных особенностях использования языка в СМИ, исследователи сходятся в том, что влияние массовой коммуникации на современное речеупотребление огромно и требует тщательного, систематического изучения [3, с. 15].

Следует отметить, что в последние годы растет количество исследований, посвященных анализу именно языка отдельных средств массовой информации, а также изучению различных типов медиатекстов – новостей, аналитики, публицистики, рекламы. Например, в известной работе О. А. Лаптевой «Живая

русская речь с телеэкрана» рассматриваются свойства телевизионной речи, особенности речеупотребления в Интернете. Если раньше речь диктора была эталоном красоты, то теперь, к сожалению, проникновенные речи журналистов, политических деятелей, поп-звезд насыщены грубым просторечием, жаргонизмами. Теперь они служат образцом для школьников и в целом негативно влияют на состояние культуры нашего общества.

Язык – это не только важнейшее средство общения, передачи и хранения информации, но и инструмент, с помощью которого формируются новые понятия, во многом определяющие сам способ человеческого мышления.

Сегодня информация стала решающим стратегическим фактором во всех сферах человеческой жизни. Новые информационные технологии вносят радикальные изменения в существующую картину мира. Такие средства массовой информации, как пресса, радиовещание, кино, телевидение, реклама, Интернет, являются неотъемлемым компонентом социального бытия современного человека, основным способом его приобщения к событиям окружающего мира, посредником в формировании культуры [2, с. 52].

Однако именно в условиях интенсивного использования глобальной Сети становится возможным распространение вируса антикультуры. На первый план выступает коммерческая «инфицированность», призванная способствовать сбыту товаров (прежде всего информации). Общедоступность нередко подменяется вседозволенностью. Возрастает опасность утраты национальной самобытности, включая самобытность языковую.

Все-таки, возможно, именно язык СМИ играет наибольшую роль в развитии языка.

Во-первых, язык СМИ первым реагирует на новации. Трудно представить, как бы шел прогресс, если бы СМИ не вводили в широкий оборот новые явления, понятия, названия и пр.

Во-вторых, через язык СМИ, в первую очередь, идет обогащение словарного запаса языка.

В-третьих, процесс демократизации языка (сопутствующий процессу демократизации общества), неотделимый от наплыва в него сомнительной и откровенно грубой лексики, в том числе и жаргонов, специфического языка криминального мира и т.д. в конечном итоге работает на расширение границ литературного языка. И английский сленг, и местные жаргоны, и блатной язык – это порождение не только определенной социальной среды. Это часто вызов официальному (литературному) языку. Современный язык СМИ, особенно молодежных, удовлетворяет запросы тех, кого не устраивал литературный язык [3, с. 74].

Из вышесказанного можно сделать вывод: язык средств массовой информации влияет на речевой портрет современного поколения. Демократизация СМИ влечет неизбежное изменение повседневного, обыденного лексикона.

Литература

1. Аветисян Н. Г. Язык СМИ как фактор развития языка / Н. Г. Аветисян // Вестник Московского Университета. Серия 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2002. – №4. – С.80–86.
2. Добросклонская Т. Г. Роль СМИ в динамике языковых процессов / Т. Г. Добросклонская // Вестник Московского Университета. Серия 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2005. – №3. – С.38–54.
3. Добросклонская Т. Г. Язык СМИ: становление и содержание понятия / Т. Г. Добросклонская // Вестник Московского Университета. Серия 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2007. – №4. – С. 9–15.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЯЗЫКА В СРЕДСТВАХ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

*Куприянова Юлия Сергеевна,
Удовика Елена Дмитриевна,
студенты I курса архитектурного факультета;
Болотина Алина Валерьевна,
ассистент кафедры прикладной лингвистики и межкультурной
коммуникации;
ГОУ ВПО «Донбасская национальная академия строительства и
архитектуры»*

Язык – важная часть общества, совершенствующаяся и развивающаяся вместе с ним. Язык не может существовать вне общества, а общество, в свою очередь, не может существовать без него. Культура русской речи в средствах массовой информации (СМИ) является одной из основных особенностей, которые определяют профессиональный уровень в направлении телерадиовещания. Чистота, богатство и независимость языка стоит в одном ряду с гербом, флагом и гимном любого государства, тем самым являясь частью его отображения [1, с. 3].

Актуальность выбранной темы заключается в том, что СМИ представляют все существующие формы языка в настоящем времени, оказывая большое влияние на развитие слова в таких сферах как: телевидение, печать, радио и новинки информационных технологий. Данные процессы имеют научную и практическую значимость, нуждаются в контроле, а это может обеспечить невозможность выхода за рамки языковых норм, как в письменной, так и устной речи.

Язык – это хроника жизни народа и его культура, которая берёт начало от своих истоков до сегодняшнего времени существования. Также, язык – это инструмент обработки информации, часть которой существует именно в языковой форме. При этом существует масса возможностей выражения языковых данных, и все они разнообразны: письменные, устные и неязыковые (мимика, жесты). Язык отражает образы мышления народа, их особенности и некую самобытность. Благодаря сохранившимся древним сказаниям, летописям, песням и прочим проявлениям народного фольклора, который в основном индивидуален у разных национальностей, можно наблюдать отражение условий развития общества на самом языке. С помощью языка люди представляют мир, описывая его различные процессы [1, с. 5].

СМИ – это разные средства массовой информации, где осведомляют людей о последних событиях, которые происходят в мире. Благодаря чему человек делает личные и общие выводы о нынешнем положении в окружающем мире. Одна из главных целей СМИ – информирование населения

свежим, правдивым и качественным контентом. Стоит не забывать, что от типа и формы подачи информации будет зависеть ее роль и влияние. Обычно, если плохие события в государстве подаются на фоне еще больших проблем нежели в других странах, то традиционные собственные проблемы воспринимаются легче. Такой метод активно использовали в советское время. От смыслового содержания, звукового сопровождения и времени, выделенного на предоставление информации – напрямую зависят и эмоции, вызываемые ею. Стоит отметить, что СМИ повышает грамотность населения и является основным «учителем» использования языка. Из-за данного факта становится очевидным необходимость создания определенных рамок и норм, контролируемых определенные виды СМИ. Примером тому является научный стиль изложения в энциклопедической литературе, или чистота речи и недопустимость использования «сленга» в телевизионном новостном формате. Средства массовой информации в большей мере создают и фиксируют нормы языка, связывая каждого из нас лентой общения. В связи с этим, они также ответственны за согласие этих правил с наилучшими культурными традициями. Так называемая периодическая печать и есть традиционно-правовой разновидностью СМИ, которая остается и по сегодняшние дни самой сильной. Она имеет хорошие возможности влиять не только на читателя, слушателя, но и на разные стороны жизни социума [3].

Возникает вопрос: сможет ли общество обойтись без СМИ? Ответ прост – нет. Роль СМИ в нашей жизни настолько сильна, что без интернета, телевидения, журналов и газет человек останется неосведомленным об большинстве актуальных событий в мире. В условиях всемирной глобализации – это является невозможным и повлечет за собой индивидуальные и общественные катастрофы. Поэтому нам нужно задуматься о влиянии СМИ на жизнь человека. Какие стоит выбирать средства массовой информации, на которые не повлияют политика и экономика. Всегда можно найти качественную и достойную информацию. Из сотни, тысяч газет честную и справедливую, в которой события освещаются конкретно, моментально и непредвзято. К сожалению, придется потратить много времени, чтобы найти хорошие СМИ. Ведь на многие из них влияют непосредственно различные руководящие обществом силы [2].

Вследствие высокого темпа роста и развития подачи информации в массы (увеличение количества телеканалов, радиостанций и печатной продукции) СМИ стали напрямую влиять на развитие современного русского языка. Поэтому систематически наблюдаются нарушения общеизвестных правил русского языка. Например, неправильно поставленное ударение, использование слов с иностранным происхождением. Однако наиболее ощутимый вред представляет собой массовое использование жаргонизмов, просторечий. Такой объем внедрения сленга в лексику с эмоционально-экспрессивным характером может попросту привести к обеднению языковой культуры родного языка. Стоит сказать, что электронные источники подачи информации, пренебрежительно относятся к русскому языку [2].

В современном мире СМИ не могут выбирать для себя аудиторию. Поэтому им приходится излагать информацию таким языком, чтоб она была понятна обывателям. Чтоб изменить данную ситуацию необходимо вмешательство на государственном уровне, ведь современные средства массовой информации сегодня разрушают нормативный язык, а точнее на разрушение, влияют языковые течения других стран, заимствованные слова. Журналисты не ограничивают свободу слова, а лишь могут представлять себя в роли созидателя. Однако, несмотря на масштаб аудитории, влияние СМИ останутся неизменными.

Литература

1. Серпикова М. Б. Язык и стиль СМИ. Курс лекций для студентов направления подготовки «Журналистика» / М. Б. Серпикова – М. : Наука, 2017 г. – 7 с.
2. Суриков Д.О. Влияние языка СМИ на нормы речевого общения / Д. О. Суриков [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [https://nauchforum.ru/archive/MNF_humanities/11\(17\).pdf](https://nauchforum.ru/archive/MNF_humanities/11(17).pdf)
3. Язык СМИ : становление и содержание понятия [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://studfiles.net/preview/1644493/page:3/>

КЛАССИФИКАЦИЯ ОШИБОК В СМИ

*Кордюкова Анастасия Сергеевна
обучающаяся 10 класса*

*Смоленская Анна Михайловна
Учитель русского языка и литературы
Муниципального общеобразовательного учреждения «Школа №133
г.Донецка»*

Современная русская речь характеризуется демократизацией отношения к норме, что часто приводит к нецелесообразному нарушению как литературных норм, так и коммуникативно-стилистических качеств речи (правильности, точности, логичности, целесообразности, содержательности, ясности и др.). Это обуславливает необходимость обращения к проблемам культуры речи, неразрывно связанным с общей культурой общества как языкового коллектива и с общей культурой носителей языка. Важным аспектом обозначенной проблемы является вопрос о культуре речи средств массовой информации, которые, будучи так называемой четвертой властью, влияют на формирование общественного сознания с помощью приемов языкового манипулирования и закладывают в массовое сознание представителей языкового коллектива стереотипы коммуникативного поведения, культуры речи.

Все сказанное определяет **актуальность** настоящей работы.

Целью работы является рассмотрение типичных ошибок в средствах массовой информации на материале прессы Донбасса.

Материал исследования извлекался путем сплошной выборки из таких русскоязычных печатных и электронных периодических изданий Донбасса (за период с 2009 г. по 2014 г.), как “Вечерний Донецк”, “Вечерняя Макеевка”, “Макеевский рабочий”, “Кальмиусские вести”, “Говорит Донецк”.

По определению С. И. Ожегова, **норма** – это “совокупность наиболее пригодных (“правильных”, “предпочитаемых”) для обслуживания общества средств языка, складывающихся как результат отбора элементов (лексических, произносительных, морфологических, синтаксических) из числа сосуществующих, наличествующих, образуемых вновь или извлекаемых из пассивного запаса прошлого в процессе социальной, в широком смысле, оценки этих элементов” [2, с. 129].

В учебнике “Русский язык и культура речи” Н. А. Ипполитовой, О. Ю. Князевой и М. Р. Савовой отмечается, что **норма** – это результат социально-исторического отбора языковых и речевых единиц [2, с. 129].

Нарушение норм литературного языка и коммуникативно-стилистических требований к понятной речи прежде всего приводит к коммуникативным неудачам, т. е. к тому, что адресант не реализует коммуникативную цель, вследствие чего не происходит эффективное общение.

Анализ собранного материала показал, что большая часть ошибок связана с нарушением требования точности и правильности речи. Все факты обнаруженных ошибок можно свести к следующим (типы ошибок перечислены по принципу убывания их частотности):

1) *нарушение правил сочетаемости:*

а) *слов (уровень обслуживания улучшился – «Кальмиусские вести», 1 октября 2013г. – уровень может повыситься, возрасти; а улучшиться может только качество.) – около 20%;*

б) *фразеологизмов (Убежища есть, но не про нашу честь. – «Вечерняя Макеевка» 28 марта 2014г.) - около 22%;*

2) *употребление большого количества архаизмов и книжной лексики (А вот на что сетует жительница Кировского района Валентина Пилипенко - «Вечерний Донецк», 30 мая 2011 г.) - около 16%;*

3) *нарушение норм формообразования (Киев, он наш, он не ихний! – «Макеевский рабочий», 1 апреля 2009г.) - около 13%;*

4) *тавтология (Только в декабре месяце более 80% аварий произошли в сумерки или темное время суток, большинство из которых связаны с наездами на пешеходов. – «Кальмиусские вести», 6 декабря 2013г.) - 5%;*

5) *искажение фразеологизмов (И немножко “дегтя в мед” - «Вечерний Донецк», 30 мая 2011 г.) - около 2%;*

б) *нарушения норм согласования (Центрально - Городской районный суд города Макеевки приговорил Кияшко к пять с половиной годам тюрьмы. - «Говорит Донецк», 31 июля 2010 г.) - около 1%;*

Значительная часть фактов ошибок связана с нарушением требования целесообразности, уместности речи. К их числу относятся следующие:

1. *Неправомерные заимствования из разговорной речи (В России это состояние называют еще "птичьей болезнью" или бодуном. – «Вечерний Донецк», 18 января 2010 г.)- около 8%;*

2. *Канцеляризмы (Заботясь о сохранении биологических семей, государство значительно сократит ассигнования на такие учреждения. – «Макеевский рабочий», 28 января 2014 г.) – около 1 %.*

С нарушением требования точности речи (а часто и с одновременным нарушением ясности и/или содержательности) связаны следующие типы ошибок:

1. Неразграничение паронимов, например: *одеть/надеть* (Ну а вообще секонд-хенды весьма удобны для людей, которым нечего *одеть на дачу* и, как ни странно, для беременных женщины. «Говорит Донецк», 07 сентября 2012 г.).

2. Ошибки словопорядка, приводящие к нарушениям смысла (В продаже одежда *на Ваш вкус страны* изготовителя. «Кальмиусские вести», 14-20 июня 2010 г.).

Очень часто, прибегая к так называемому интерстилевому тонированию, авторы злоупотребляют использованием просторечных и жаргонных средств:

1. *А когда мы узнаём о трагических случаях, в которых пострадавшими выступают дети – это, говоря языком народа, «ваще жесь».* («Кальмиусские вести», 14 октября 2013 г.).

2. *Юра, был шанс, ты его **слил**, какой **идиот** и почему должен поверить тебе повторно?* («Кальмиусские вести», 14 октября 2013 г.).

3. *Мы стремимся в Европу, потому **корчим** из себя цивилизованную страну.* («Кальмиусские вести», 7-13 июня 2013г.).

4. *В ночь с воскресенья на понедельник группа пьяных **молодчиков**, видимо, желая проявить себя, перегородила Донецкое шоссе в районе гипермаркета "Эпицентр".* («Вечерняя Макеевка», 20 марта 2014г.).

Анализ фактического материала показал, что большая часть ошибок в речи русскоязычной прессы Донбасса связана с нарушением требования точности и правильности речи. Значительная часть фактов ошибок связана с нарушением требования целесообразности, уместности речи. Наиболее частотными ошибками являются нарушения правил сочетаемости слов и фразеологизмов, нарушение норм формообразования и управления. Очень часто авторы злоупотребляют использованием просторечных и жаргонных средств. При этом данные ошибки носят социолингвистический характер и связаны не столько с недостатками эрудиции, сколько с социальной базой современной журналистики, родной язык значительного количества представителей которой содержит множество элементов просторечия.

Литература

1. Балыхина Т. М. Учебный словарь терминов и понятий культуры речи [Текст] / Т. М. Балыхина, М. В. Лысякова, М. А. Рыбаков. – М.: Издательство

Российского университета дружбы народов, 2003 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.forteacher.ru/Termines.aspx>. – Загл. с экрана.

2.Ипполитова Н. А. Русский язык и культура речи [Текст] / Н. А. Ипполитова, О. Ю. Князева, М. Р. Савова. – М. : ТК Велби, Изд-во Проспект, 2005. – 440 с.

3.Копнина Г. А. Отклонение от онтологической нормы как риторический прием на страницах современных российских газет [Текст] / Г. А. Копнина // Язык современной публицистики: сб. ст.; сост. Г. Я. Солганик. – 2-е изд., испр. – М. : Флинта : Наука, 2007. – С. 162–178.

4.Месеняшина, Л. А. Отклонения от требований образцовой речи в СМИ начала XXI века / Л. А. Месеняшина [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.interlingua.narod.ru>. – Загл. с экрана.

ЯЗЫК И СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

*Ушаков Никита Андреевич,
учащийся 11 класса
Акинишина Ираида Васильевна
Учитель русского языка и литературы
МОУ СШ «Средняя школа №108»*

Древний мир, эпоха противостояния греческих городов-государств и Македонии. Эпоха, в которой жил и творил древнегреческий оратор Демосфен (384-322 г. до н.э). Его мастерство речи и остроту мысли до сих пор приводят в пример современным политикам, юристам, ведущим на телевидении. Он смог побороть стеснительность и заикание – вещи, казалось бы, несовместимые с ораторским искусством. Демосфен набирал в рот камушки и часами пытался говорить как можно четче и выразительней. Он рассказывал стихи, попутно взбираясь на гору, и прогуливался по берегу моря, говоря громко, чтобы заглушить шум прибоя. Это, без сомнения, великий человек. А сколько было неизвестных ораторов – «предков» современных журналистов, представителей СМИ того времени?

Так, в Афинах, оратором мог стать каждый мужчина, вне зависимости от своего положения в обществе, потому что главным и решающим органом власти в городе являлось Народное собрание. На Народное собрание являлись все представители мужского населения Афин для того, чтобы обсудить государственные законы, результаты переговоров с другими государствами, утвердить объявление войны или заключение мира. Таким образом, можно сделать вывод, что в древние времена знание языка, умение им пользоваться, умение грамотно и красиво построить собственную речь являлось обязательным для людей, которые связали свою жизнь с ораторством, а значит, это было обязательным практически для всех жителей Древней Греции.

Язык дополнял СМИ, но могло ли это работать в обратную сторону, чтобы СМИ развивали и расширяли язык? Да, определенно могло. Офени – торговцы-разносчики, переходившие из одного в другой город России с коробами товаров. Они также являлись предками современных журналистов и ведущих на телевидении. Как профессия, офени существовали с XVII по XIX век. Данные люди стали авторами арго – специализированного тайного наречия. Это было необходимо для них, потому что, кроме продажи одежд, украшений, книг и лубочных картинок, у них можно было приобрести иконы. Неужели иконы нельзя было купить в иконной лавке? Можно, но только официально разрешенные, так как в середине XVII века в России произошел

церковный раскол и, помимо официальных православных, существовали староверы. У них были свои обряды и иконы, а официальная церковь считала их еретиками, и в разное время, с разной степенью жестокости преследовала. За продажу икон староверов можно было моментально угодить в тюрьму. Так зародился один из самых древних черных рынков, а деньги там «крутились» большие. Данный промысел был вне закона, поэтому, опасаясь преследования со стороны властей, в офенской речи первые слоги слов заменялись на совсем уж абсурдные: ку-, ши-, тур-, шля-, ща-, на-. Соответственно, получаются такие же абсурдные слова: куба(баба), кузлото(золото), шилго(долго), турло(село), шлякомый(знакомый), жульницы(ножницы). Были и говорящие слова: видка(правда), визжиха(пасть), светлеха(комната). Офени путешествовали по городам России, рассказывая то, что знали сами, то, что необходимо было знать другим людям, то, что люди сами хотели знать. Офени представляли собой подобие странствующих менестрелей, глашатаев и, в какой-то степени, даже гонцов. Их аргумент нельзя считать вымершим, так как современный воровской жаргон, слова из которого накрепко въелись в нашу повседневную жизнь, берет начало именно из офенского.

*Величайшее из достоинств оратора – не только сказать то, что нужно,
но и не сказать того, что не нужно*
Цицерон.

Рассмотрим современные СМИ: телеведущих, политиках, репортерах, новостных сайтах, газетах. Как это не прискорбно, но из-за снижения редакторской требовательности к журналистам в отношении соблюдения языковых норм, снижения качества корректорской работы, запутанности и нечеткости мысли авторов публицистических статей и политических заявлений, ослабления цензуры и недостаточного внимания к культуре речи со стороны ведущих на телевидении стали появляться массовые ошибки в СМИ. Например:

1. Ошибки в ударениях: «Русский алфАвит неоднократно преобразовывался...» НТВ, «Сегодня», 05. 01. 06г.; «УкрАинская сторона согласилась...» НТВ, «Сегодня», 04. 01. 06г. Алексей Миллер; «Проблема снята...» «Первый», «Новости», 26. 12. 05г.;

2. Ошибки в точности речи: «Роспись начальника на документе отсутствовала.» НТВ, «Чрезвычайное происшествие», 30. 11. 04г.; «На приказе об увольнении отсутствовало число.» REN-TV, «Час суда», 14. 06. 05г.

3. Ошибки в звукоупотреблении: «Благодаря вмешательству властей а[ф'о]ра не состоялась...» ТВ НОТР, «Калейдоскоп», 24. 10. 05г.: «За ис[т'о]кий срок совершено 12 краж...» НТВ, «Чрезвычайное происшествие», 14. 09. 05г.; «Ребенок передается под а[п'о]ку соответствующих органов...» ТВ КБР, «Время местное», 21. 09. 05г.

4. Ошибки в образовании родительного падежа существительных и местоимений множественного числа: «В их квартире проживал армян» ТВ КБР, «Время местное», 14. 10. 05г.; «Я извиняюсь перед ихними мамами, но это есть субъективная и реальная оценка» «КП» от 15. 11. 05 г., стр. 22, «Игра в крысу».

Данный список можно очень долго продолжать, но нужно ли, если можно включить любой репортаж последнего времени, открыть сайт с различными статьями и новостями и уже там найти такие же ошибки? Подобные нарушения губят не карьеры людей, которые их совершают, а жизни школьников и молодежи, которые, словно губка, впитывают окружающую их информацию. Это в свою очередь влияет и на культуру речи во всем обществе. И нам хочется, чтобы однажды, мы, ненароком услышав политические дебаты, прочитав новостную статью на сайте, или расслабились перед просмотром утренних новостей, вдруг мыслями перенеслись в древний город Афины как раз в разгар Народного собрания, или на рынок старинного Владимира, где своими непонятными речами привлекают к себе внимание офени – настолько язык будет чистый. Мы должны помнить и чтить родной язык!

*Берегите чистоту языка, как святыню
Тургенев Иван Сергеевич*

Литература

1. Народное собрание в Афинах [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://maxbooks.ru/hellene/gromy94.htm>
2. Демосфен [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://24smi.org/celebrity/19915-demosfen.html>
3. Специфика языка и речи на телевидении [Электронный ресурс]. – Режим доступа : https://vuzlit.ru/696863/primery_razlichnyh_oshibok

СЕКЦИЯ 6. ФИЛОСОФСКО-ИСТОРИЧЕСКОЕ ОСМЫСЛЕНИЕ И ПСИХОЛОГИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ ЯЗЫКОВОГО ПРОСТРАНСТВА

*Руководитель секции: канд. психол. н., доцент Тимошко Г. В.,
ассистент Болотина А. В.*

УДК 373.2.015.31 :172.16

ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ВОСПИТАНИЯ ГУМАНИЗМА У ДЕТЕЙ ДОШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА

*Кутинова Юлия Александровна,
магистрант II курса института педагогики и психологии;
Грищенко Надежда Анатольевна,
кандидат педагогических наук,
доцент кафедры дошкольного образования
ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Тараса
Шевченко»*

В связи с устойчивой тенденцией демократизации педагогической системы появляется необходимость исследования психолого-педагогических предпосылок формирования умений межличностного общения на основе гуманного отношения у детей старшего дошкольного возраста. Формирование гуманных чувств начинается в детстве, с самых первых контактов ребенка с окружающими людьми – взрослыми, сверстниками, младшими детьми. В совместной деятельности, в общении, если они правильно построены, возникает общность эмоциональных переживаний, появляется возможность обогащения чувствами другого. Однако на сегодняшний день особенности проявления гуманных чувств у детей и формирование их гуманных отношений в детском саду и семье еще недостаточно изучены.

Программы воспитания и обучения, соответственно, предусматривали различные формы активизации нравственных проявлений в общении детей со взрослыми и сверстниками. Однако, как оказалось, даже соблюдение детьми правил нравственного поведения не является гарантией формирования у них гуманизма. В лучшем случае действия и поступки детей дошкольного возраста в общении со сверстниками лишены той чувственной основы, которая необходима для сопереживания огорчений или радостей товарища, в худшем –

всё чаще возникают конфликтные ситуации и конфликты, детская агрессивность носит неуправляемый характер. В связи с этим возникает необходимость глубже взглянуть на проблему воспитания у детей гуманизма.

В нашей работе мы понимаем гуманизм как признание ценности человека как личности, его права на свободное развитие и проявление своих способностей. Применительно к дошкольнику гуманизм проявляется в активной нравственной позиции ребёнка по отношению к сверстникам и взрослым.

Воспитание и развитие у детей гуманных чувств и отношений предполагает, прежде всего, формирование у детей этических представлений, обобщенных и дифференцированных. Эти представления должны основываться на доступных, конкретных, образных примерах из жизни или литературных произведений, способствующих развитию нравственного сознания детей, самостоятельности их суждений. При этом важно, чтобы педагог развивал у детей способность устанавливать причинно-следственные связи между собственным поведением и тем, как оно отражается на других. Осознание детьми мотивов поступков способствует быстрому усвоению ими этических представлений, и, следовательно, развитию гуманных чувств, правильному поведению.

В работах Н. М. Шелованова, Н. М. Аксариной отмечается проявление эмоциональных реакций на взрослого, что служит основой развития социальных контактов. Уже в преддошкольном возрасте, как замечает В. Н. Мясичев, можно отметить в отдельных реакциях и поступках детей сложную борьбу различных по значимости мотивов: личных стремлений, желаний, интересов, потребностей и требований общественной действительности, общественных правил, обязанностей или конкретных просьб, требований взрослых. Под влиянием обстоятельств воспитание отношений между детьми изменяется: ребенок все более руководствуется в своем поведении не только личными желаниями и интересами, но и требованиями, интересами окружающих взрослых и детей [1, с.7–9].

В ряде исследований отмечается проявление у детей склонности к общению, как условие, благоприятствующее началам детских взаимоотношений, и показываются возможности направлять, формировать эти взаимоотношения. У детей старшего дошкольного возраста общение приобретает уже столь устойчивый характер и проявляется столь многообразно, что становится первой необходимостью придания этому общению того содержания и тех форм, с помощью которых успешнее решаются задачи воспитания гуманных взаимоотношений.

Т. А. Маркова изучала вопрос об особенностях той стороны детских взаимоотношений, которые можно характеризовать, как дружеские, имеющие гуманное содержание, необходимое как при избирательном отношении ребенка с другим, так и со всеми детьми группы. При этом условии детские дружеские взаимоотношения строятся как отношения, имеющие важнейшее значение для складывания дошкольного коллектива [2].

Таким образом, опираясь на вышеизложенные психологические предпосылки формирования гуманных чувств и отношений мы выделили в нашей работе такие критерии для диагностики сформированности гуманизма у дошкольников:

- рефлексивный;
- мотивационный;
- деятельностный.

Рефлексивный критерий характеризуется такими основными показателями, как: самопознание, самоанализ и самооценка. Самопознание характеризуется тем, что ребёнок способен обращать своё внимание как на собственные переживания, возникающие эмоции и чувства, так и других людей. Самоанализ заключается в том, что ребёнок способен воспринимать себя со стороны (способность к децентрации), анализировать черты своего характера, поступки. Самооценка выражается в том, что ребёнок в состоянии адекватно давать оценку собственным личностным качествам и поведению.

Мотивационный критерий проявляется в сформированности определенного типа мотивации (либо внешней, либо внутренней). Так, внешняя мотивация присутствует в том случае, если ребёнка побуждают к действию сугубо внешние мотивы – принуждение, возможность наказания со стороны взрослых, либо же страх порицания, насмешек (со стороны взрослых и ровесников).

Внутренняя мотивация присутствует у ребёнка в том случае, если внешние требования и правила поведения становятся внутренними убеждениями ребёнка, побуждающими определять линию своего поведения вне зависимости от обстоятельств.

Деятельностный критерий характеризуется тремя разными позициями ребёнка по отношению к другим людям и самому себе, такими как: эгоистическая, конкурентная и позиция гуманного отношения.

Эгоистическая позиция ребёнка проявляется в поведении, направленном на достижение только личных выгод, окружающие люди существуют для удовлетворения его нужд и запросов, поэтому его интересы сосредоточены в основном на предметах (игрушках, сладостях и т.п.). Дошкольник с такой

позицией легко проявляет грубость, враждебность, агрессивность и другие импульсивные реакции.

Конкурентная позиция ребёнка характеризуется тем, что линия его поведения заключается в самоутверждении, остальных он воспринимает как конкурентов. Такой ребёнок всеми силами старается заслужить признание, похвалу, популярность среди сверстников, его действия направлены на угождение ради того, чтобы быть для всех хорошим.

Наконец, позиция гуманного отношения ребёнка к окружающим характеризуется тем, что ребёнок всегда положительно относится к остальным, по собственной инициативе помогает другим, делится игрушкой, сладостями. Он делает так потому, что сам получает от этого радость и удовлетворение, а не ждёт похвалы или популярности.

Литература

1. Боязитова И. В. Взаимосвязь самооценки и волевой регуляции при переходе детей от дошкольного к младшему школьному возрасту / Боязитова И. В. – М., 2008. – 21 с.
2. Воспитание нравственных чувств у старших дошкольников: кн. для воспитателя дет. сада / Р. С. Буре, Г. Н. Година, А. Д. Шатова и др.; Под ред. А. М. Виноградовой. – М. : Просвещение, 1989. – 96 с.

РУССКИЙ РЭП – ДЕТОНАТОР РЕВОЛЮЦИИ

*Чепига Андрей Александрович,
студент IV курса электротехнического факультета
ГОУ ВПО «Донецкий национальный технический университет»;
Чепига Инна Александровна,
учитель украинского языка и литературы,
МОУ «Технический лицей г. Донецка»*

В периоды переломных моментов развития государства молодежь всегда занимала лидирующие позиции. Предоставление свободы в выборе политической идеологии влечет бурное развитие различных молодежных организаций. Вместе с тем современная молодежь отличается от советских комсомольцев, так как с появлением интернета на политическое поведение начали влиять различные факторы. Одним из таких является музыка. Но если во времена «перестройки» главным революционным жанром был рок, то сейчас таким является рэп.

В 2017 году митинги против коррупции захлестнули Россию. Большую часть участников данной акции составляли люди возрастом до 20 лет. Многие чиновники тогда задались вопросом: «Что побудило подростков выйти на митинг?». Следует отметить, что за год до этих событий был выпущен альбом «Горгород» рэпера Оххумігона. Этот релиз – мощное политическое высказывание с концептуальной историей о продавшемся писателе, который был втянут в силовую борьбу против развращенного и всесильного Мэра.

Безусловно, и до М. Федорова (настоящее имя Оххумігона) выпускались треки на социальную тематику. Стоит упомянуть модного сейчас хип-хоп исполнителя Хаски, не раз выступавшего на Донецкой земле. Свой первый и, вероятно, самый хлесткий политический трек «7 октября» представитель Улан-Удэ выпустил еще в 2011 году. Символичным есть тот факт, что это было за два месяца до первых массовых протестов против фальсификаций на выборах. В песне четко прослеживается отсылка к фильму «Царь» П. Лунгина, где русский народ терпит жестокость яростного правителя Ивана Грозного. В 2017 году исполнитель выпустил альбом «Любимые песни воображаемых людей», благодаря которому приобрел известность в широких кругах. В данной работе можно заметить, как автор представляет нам зарисовки внутренней обреченности и умело играет на архетипах русской культуры с помощью вязкой атмосферы. Особенно хорошо это видно в треке «Поэма о родине»:

*Моя Родина – моя любовь, вид из окна:
Моногородок в платье серого сукна
Моя Родина – моя любовь, и в каждом окне
Солдаты трущоб улыбаются мне.*

Также среди «взорвавших» политических треков хотелось бы отдельно отметить песню «Иордан» группы Noize MC. Это поэтический рассказ о «голом короле», который развязал бессмысленную войну и объясняет все проблемы своего народа происками врагов. Видеоклип на данную композицию был снят в атмосфере романа К.Маккарти «Дорога». В нем соблюдены традиции апокалиптической притчи, а вплетенные тексты на арабском и иврите в припеве добавляют антуража.

Но все эти попытки занять территорию политики есть ничто по сравнению с «Горгородом», ведь настолько успешной, по-хорошему злой, идеально попадающей в ситуацию и целевую аудиторию работы еще не было. Обычно околополитические треки в русском рэпе сводятся к констатации ситуации, витиеватым аллюзиям или упаднической критике, призывам не терять человеческое достоинство и продолжать делать свое дело. На подобном фоне Оххумiрон выглядит настоящим революционером. Он собственным примером, пускай и в формате концептуального альбома, призывает слушателя к действию. Он помещает живых убедительных персонажей внутрь сквозной многомерной истории с мастерски выстроенной драматургией. Здесь можно говорить сразу обо всем – мощной протестной заряженности, живой энергетике, успешном эксперименте с историей, очевидном творческом успехе. Венцом успеха данного альбома стал трек «Переплетено», отрывок из которого прочитала хабаровская школьница на уроке литературы, выдав его за стихотворение Осипа Мандельштама [2]:

*Мой город устает чинить за деспотами,
Власть в разрезе предстает причинно-следственная связь.
Там все переплетено.
Везде сатирикон, бездействие закона,
При содействии икон, убейся, если ты не коп.
И, если ты не власть, наш город не спасет и чудодейственная мазь,
Хотя все переплетено.
Время и цейтнот, смерть и натюрморт,
Постель чиновника делооборот.
Но каждый в своем теле одинок,
Рабовладелец и зилот, но город слоеный пирог.
Знай, мир по сути прост, не берите в долг, не ведите торг.
Стерегите кров, не морочьте голову, не говорите гоп,
Берегите психов, чужаков, еретиков, ведь все переплетено.
Телек и террор, с церковью бордель и казино,
Картели, детдом от Мэрии и темно где.
Всей этой системе антипод и шелест денег за дерьмо,
Концерны делают патент на антидот.
Здесь, не понимая целых категорий экосистемы,
Эти олухи все делят, как совет директоров.
Но кабинеты, фавелы, притоны, гор совет,
Полит технологи, кредиторы, синод.*

*Вся картина мира тех, кто
Вашей давно противится, как секта,
Ведь у всего не единый архитектор.
Все переплетено, мне суждено тут помереть еретиком,
Ваша картина мира – сетка, полотно, текстильная салфетка.
Будто работала ткачиха или швейка.*

Да, возможно, плохо, что ученица не уточнила автора произведения. А может быть, тексты Мирона Федорова (по образованию – филолога) разбудят интерес молодежи к классике.

Попытки всех остальных исполнителей жанра пробудить молодежь оказались слишком пассивны, предсказуемы, сложно устроены, несерьезны, да и задачи такой никогда не было. У М. Федорова это получилось. Об этом можно судить исходя из того, что наиболее прослушиваемым музыкальным альбомом «ВКонтакте» (самой популярной социальной сети для подростков в странах СНГ) в 2015–2016 годах был именно «Горгород».

Идеальной политической системы не существует – на каждом этапе развития государства будут те или иные недостатки, которые нужно выявлять и устранять. Для этого и существует рэп – цепная собака общества, которая стоит на защите «маленького человека» (помните Гоголя «Шинель»?) и обращает внимание на острые проблемы.

«Музыкальное воспитание более действенное средство, чем все другие: ритм и гармония – особенности мира, потому они так важны для души человека» [1, с. 75]. Лучшие рэперы – образованнейшие люди, которые стремятся донести свои знания до широких слоев молодых людей.

Литература

1. Платон. Государство / Пер. с древнегреч. А. Н. Егунова. Вступ. ст. Е. Н. Трубецкого. Комментар. В. Ф. Асмуса. Примеч. А. А. Тахо-Годи. – М. : Академический проект, 2015. – 398 с.

2. Фан рэпа [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://rapfan.ru/25804-oxxxymiron-perepleteno-tekst-pesni.html>

СЕКЦИЯ 7. ТЕОРИЯ И МЕТОДИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

*Руководители секции: канд. пед. н., доцент Миклашевич Н. В.,
канд. филол. н., доцент Гапонова Т. Н.*

УДК 001.8:378

НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПОДГОТОВКИ БУДУЩИХ СПЕЦИАЛИСТОВ

*Лысенко Дмитрий Юрьевич,
студент II курса факультета государственной
службы и управления;
Балко Марина Владимировна,
доктор филологических наук,
доцент, профессор кафедры краеведения
ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы
при Главе ДНР»*

Сегодня, в эпоху стремительного научно-технического развития общества, огромное значение приобретает качественная подготовка будущих специалистов, в том числе гуманитарная, поскольку человек с высшим образованием должен уметь грамотно, уместно и точно выражать свои мысли в любых коммуникативных ситуациях. Для достижения этой цели в системе современного профессионального образования используются различные педагогические технологии (как традиционные, так и инновационные).

Первоочередными видятся вопросы разработки целостной научной концепции теории и методики профессионального образования, к которой можно предъявить следующие требования:

- необходимость реализации современной методологии, опора на научный опыт педагогов-новаторов;
- рассмотрение профессиональной деятельности специалиста как системообразующего фактора;
- обеспечение взаимосвязи общеобразовательной и профессиональной подготовки;
- обеспечение единого понятийного аппарата в создании профессиональной подготовки;
- обязательность взаимосвязи теории и практики, репродуктивной и продуктивной деятельности обучаемого;
- соответствие теории и методики профессионального образования логике учебного познания.

Комплексная методика обучения – сложная, многоаспектная категория, на функционирование которой влияют многие факторы: социальные, экономические, логико-познавательные, лингвистические, педагогические, психологические, научно-технические и др. [3].

Неотъемлемой частью методики профессионального образования является научная работа студентов и преподавателей, проводимая по определенным кафедрами направлениям. Способность осуществлять научно-исследовательскую деятельность справедливо считают одним из важнейших показателей качества профессиональной подготовки будущих специалистов [2]. Таким образом, констатируем необходимость целенаправленной подготовки студентов вуза к исследовательской работе на протяжении всего обучения.

Выделяем следующие условия, способствующие формированию интереса студентов к научной работе:

- мотивационные, включающие создание атмосферы позитивного отношения к исследовательской деятельности путем стимулирования её активных участников, популяризации научных достижений, организации PR-деятельности в сообществах студентов и т. п.;

- кадровые, связанные с отбором высококвалифицированных педагогов, способных привлечь студентов к этому виду деятельности;

- информационные, призванные обеспечить исследовательскую деятельность студентов соответствующей информацией (научной, научно-популярной, методической и профессиональной литературой, базами данных, программными средствами и др.);

- научно-методические, предполагающие усиление исследовательской составляющей содержания учебной деятельности студентов;

- материально-технические, охватывающие создание необходимой научно-материальной базы (техника, учебники и т. д.) для проектирования и реализации исследовательской деятельности студентов.

Одним из наиболее актуальных аспектов научно-исследовательской деятельности студентов является организационно-методический. Традиционная система организации и педагогическое сопровождение данного вида деятельности, сложившаяся в вузах, во многом требует обновления и поисков нетривиальных форм в связи с переходом на компетентностный формат образования.

Небанальную, интересную для студентов форму научно-исследовательской деятельности представляет собой кружок. Остановимся подробнее на особенностях работы филологического научного кружка в неспециализированном вузе на примере кружка любителей русского языка и литературы в ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы при Главе ДНР» (далее – ДонАУиГС).

В последнее время кружковая научная работа по филологическим дисциплинам становится всё популярнее в непрофильных высших учебных заведениях, что объясняется такими её признаками, как открытость, демократичность, неформальный характер, возможность дополнительно

совершенствовать коммуникативные навыки и расширять кругозор. Кружком, как правило, охватываются студенты 1-го и 2-го курсов, поскольку именно они изучают обязательную дисциплину «Русский язык и культура речи». Особенностью непрофильного вуза является то, что студенты «практически не подготовлены к научной работе с языковым и литературным материалом, поэтому филологический кружок, в силу естественных причин, носит преимущественно просветительский характер» [1].

Главной деятельностью кружковцев кафедры краеведения ДонАУиГС является подготовка, чтение и обсуждение докладов, тематика которых охватывает как языковые аспекты, так и особенности развития литературного процесса. Лингвистический блок представлен следующими постоянно действующими рубриками: а) «Почему мы так говорим» (страничка этимологии слов и выражений); б) «Что в имени тебе моём?..» (страничка происхождения имен собственных); в) «Чудесные превращения иностранцев» (страничка истории заимствованных слов); г) «Знаете ли вы...» (страничка интересных фактов о языке); д) «Где хранятся слова?» (страничка лексикографии); е) «Жемчужины нашего языка» (страничка русской фразеологии и паремиологии). Литературоведческая составляющая посвящена рассмотрению творческого наследия русских писателей (ср., например, темы: «Валерий Брюсов – родоначальник русского символизма», «Советская фантастика: жанры и имена», «Иван Иванович Пущин – поэт, мемуарист, декабрист» и под.). Кроме того, с кружковцами проводятся викторины, игры, вечера поэзии.

Таким образом, научно-исследовательская деятельность – неотъемлемая часть учебно-воспитательного процесса современного вуза. Профессиональная компетенция специалистов во многом определяется наличием у них навыков поисковой работы. Рассмотренный вид деятельности может быть реализован в разных формах, в том числе – и в кружковой.

Литература

1. Данилина Н. И. Кружок любителей античности в медицинском вузе / Н. И. Данилина, Н. А. Дёмина // Проблемы филологического образования: межвуз. сб. науч. тр. / под ред. Л. И. Черемисиновой. – Саратов: Изд-во «Саратовский источник», 2018. – Вып. 10. – С. 117–122.

2. Лигай Л. В. Организационно-методические условия формирования исследовательской деятельности студентов – будущих специалистов / Л. В. Лигай // Развитие и достижения в учебно-методическом обеспечении образовательной деятельности: мат-лы 69-й учеб.-метод. конф. – Пятигорск: КМВ, 2015. – С. 23–28.

3. Маркова С. М., Полунин В. Ю. Теория и методика профессионального образования: теоретические основы / С. М. Маркова, В. Ю. Полунин // Вестник Московского государственного гуманитарного университета им. М. А. Шолохова. Педагогика и психология. – 2013. – № 4. – С. 40–44.

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ КОММУНИКАТИВНЫХ УМЕНИЙ У ДЕТЕЙ ДОШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА

*Романык Юлия Николаевна,
магистрант II курса института педагогики и психологии;
Грищенко Надежда Анатольевна,
кандидат педагогических наук,
доцент кафедры дошкольного образования
ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Тараса
Шевченко»*

Коммуникативная деятельность как часть процесса общения занимает значительное место в становлении и развитии детской психики, и в целом, в становлении человека как личности. Для дошкольника его общение с окружающими людьми – это не только основа для разнообразных переживаний, но и основное условие становления его личности.

Потому в эпоху развития цифровых технологий и доминирования виртуального общения особую важность для нас приобретает проблема формирования коммуникативных умений у детей дошкольного возраста.

Недостаточность коммуникативного развития современных дошкольников нуждается в самом серьезном внимании со стороны родителей, психологов и педагогов, поскольку без своевременной психокоррекционной работы у дошкольника могут установиться стойкие отклонения, которые с началом школьного обучения зачастую способствуют возникновению школьной дезадаптации.

Неумение общаться может отражаться и на успешности в процессе школьного обучения, порождать у ребенка чувство неуверенности в себе, острое переживание личных неудач, формировать низкую самооценку, вследствие чего может возникнуть эмоциональная неустойчивость и агрессивное поведение, которое имеет нередко защитный характер [1, с. 25].

Коммуникативные умения мы понимаем как осознанные коммуникативные действия детей, которые проявляются в способности дошкольников строить свое общение в соответствии с конкретными задачами и конкретными партнерами, анализировать коммуникативные контакты со сверстниками и взрослыми.

Проблемой развития коммуникативных умений активно занимались такие отечественные и зарубежные ученые как А. Максимова, Е. Дмитриева, Е. Смирнова, В. Холмогорова, К. Фопель и другие.

В основе развития коммуникативных умений дошкольника лежит воспроизведение речи взрослого. Многие дошкольники сосредоточенно и заинтересованно вслушиваются в то, о чем говорят взрослые друг с другом. Эти наблюдения являются базой для одного из механизмов формирования

коммуникативных умений – обучения с помощью моделей. В связи с этим речь взрослых должна быть компетентной, разносторонней и доступной для дошкольника [3, с. 58].

Важную роль в развитии коммуникативных умений дошкольника играет поощрение его речевой активности со стороны окружающих людей. Центральным условием формирования у детей коммуникативных умений является стиль общения взрослого и его отношение к ребенку. Воспитатели дошкольных учебных учреждений должны стремиться к созданию условий для благоприятного эмоционального климата в группе. Практика показывает, что в группах, где педагоги уделяют значительное внимание детскому общению, дошкольники жизнерадостны, мало ссорятся, могут играть рядом или вместе друг с другом [4, с. 76].

Среди множества теорий развития наиболее разумной, и с точки зрения усвоения, и с точки зрения употребления, является концепция Л. Выготского. Л. Выготский описывал процесс развития в виде движения от зоны актуального (к ней относились те знания и умения, которые ребенок мог показать самостоятельно, без помощи взрослого) к зоне ближайшего развития (спектру тех знаний и умений, которые ребенок может освоить на данном этапе, но только с помощью взрослого). Данное движение направлено к зоне «возможного развития», то есть тому потенциалу, который может накопить ребенок благодаря целеустремленному и постоянному движению по спирали развития [2, с. 376].

Спираль развития коммуникативных навыков дошкольников тоже является движением от зоны актуального к зоне их возможного развития. И если актуальное развитие – это начало, отправная точка, коммуникативное умение, которое ребенок демонстрирует без помощи взрослого, то зона возможного развития – это те «целевые ориентиры», которые ребенок при правильном педагогическом сопровождении и создании оптимальных условий способен продемонстрировать на выходе из дошкольного учебного учреждения. Отсюда следует, что основная работа педагога строится в зоне ближайшего развития коммуникации.

Следует обратить внимание на то, что зона ближайшего развития коммуникации также динамична, как и развитие в целом. Она представляет собой большое количество «кругов на воде», которые меняются от центра по радиусу расширения – от наличествующего навыка через освоение следующего умения – к закреплению данного умения и преобразованию его в очередной навык. Затем движение повторяет свою динамику по отношению следующего умения и, соответственно, закрепления следующего навыка [6].

При этом системный подход предполагает особое расчленение педагогического взаимодействия таким образом, чтобы произошел переход от умения к навыку, от понимания к автоматизации. Опираясь на теорию Л. Выготского, мы считаем, что основное обучение и знакомство дошкольников с определенными вопросами коммуникации (правилами, понятиями морали и нравственности, упражнениями в монологической и диалогической речи)

должно происходить в специально организованной деятельности (непосредственно-образовательной, беседах, решении проблемных ситуаций), которая выступает в роли «зоны ближайшего развития». Закрепление же и отработка умения – в режимных моментах, повседневном общении, самостоятельной деятельности детей, то есть в «зоне актуального развития» [5, с. 310].

Исходя из вышеизложенного, возникает понимание основной задачи педагогов в процессе развития коммуникативных умений у дошкольников – построить процесс развития коммуникации по основным точкам развития умений, чтобы затем, работая по принципу Л. Выготского от зоны актуального к зоне ближайшего развития и превращая умения в навыки, не утратить связи между этими основными точками, а, следовательно, и целостности всего процесса развития.

Итак, понимание коммуникации, как смысловой базы процесса общения, приводит педагогов к пониманию потребности в становлении, формировании и развитии у дошкольников коммуникативных умений – наиболее простых единиц довольно сложного процесса общения. Данная потребность усиливается осознанием того, что старший дошкольный возраст – это не только наиболее удачный для развития детской коммуникации период, но и своего рода «мостик» между детским садом и школой, когда перед ребенком возникают новые требования к организации собственного общения.

Перспективным направлением нашей работы мы считаем разработку и внедрение в образовательный процесс системы совместных мероприятий дошкольного образовательного учреждения и семьи воспитанников как эффективной формы формирования коммуникативных умений у детей дошкольного возраста.

Литература

1. Алексеева М. М. Методика развития речи и обучения родному языку дошкольников / М. М. Алексеева, В. И. Яшина. – М. : Академия, 2000. – 210 с.
2. Выготский Л. С. Вопросы детской психологии / Л. С. Выготский. – СПб. : Союз, 2002. – 537 с.
3. Касаткина Ю. В. Учим детей общению / Ю. В. Касаткина, Н. В. Ключева. – Ярославль: Академия развития, 1997. – 237 с.
4. Максимова А. А. Учим общаться детей 6-10 лет: методическое пособие / А. А. Максимова. – М.: ТЦ Сфера, 2005. – 196 с.
5. Подласый И. П. Педагогика / И. П. Подласый. – М. : Владос, 2007. – 576 с.
6. Смирнова Е. О. Психология ребенка / Е. О. Смирнова. – М.: Владос, 1997. – 290 с.

ДРУЖЕСКИЕ ОТНОШЕНИЯ КАК ФАКТОР ЛИЧНОСТНОГО РАЗВИТИЯ ДОШКОЛЬНИКОВ

*Титова Дарья Леонидовна,
магистрант II курса института педагогики и психологии;
Грищенко Надежда Анатольевна,
кандидат педагогических наук,
доцент кафедры дошкольного образования
ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Тараса
Шевченко»*

В Государственном образовательном стандарте дошкольного образования Луганской Народной Республики и в Типовой образовательной программе дошкольного образования ЛНР в описании приоритетных целевых ориентиров сделан акцент на личностное развитие ребёнка, которое должно полноценно осуществляться на этапе дошкольного образования. В нормативных документах указано, что ребенок должен овладеть основными культурными способами деятельности, проявлять инициативу и самостоятельность в разных видах деятельности – игре, общении, познавательно-исследовательской деятельности, конструировании и др.; иметь возможность выбирать себе род занятий, участников по совместной деятельности.

На необходимость личностного развития ребёнка уже в дошкольном возрасте всегда указывали авторы как психологических, так и педагогических исследований, среди которых: Л. И. Божович, Л. С. Выготский, В. В. Давыдов, А. Н. Леонтьев, Т. А. Маркова, С. Л. Рубинштейн, А. С. Макаренко, В. А. Сухомлинский и др. Под личностным развитием ребёнка в отличие от развития личности авторы понимают преимущественно его социальное становление в отличие от индивидуального, а именно: достижение необходимого уровня социализации, что проявляется в нравственной воспитанности ребёнка, развитых коммуникативных умениях, а также творческих способностях дошкольника.

В социум индивид вступает с самого раннего возраста и с этого момента он начинает «контактировать» с окружающими его людьми. С этого же момента у него формируются межличностные отношения с окружающими.

В последнее десятилетие дети проводят большую часть времени за компьютером – это приводит к неумению общаться с окружающими, что является одной из главных причин, натянутых, а то и конфликтных отношений в детском коллективе. Дружеские отношения складываются между отдельными учениками, которые формируют группы таким образом, что межгрупповое общение практически отсутствует.

Межличностные отношения имеют свою динамику развития и подразделяются на несколько этапов:

1. Знакомство – это первый этап развития межличностных отношений. Знакомством называют отношения между людьми, которые знают друг друга (встречаются, общаются, переписываются и т.д.)

2. Приятельские отношения – это близкие, относительно продолжительные (стабильные) отношения между двумя или более индивидами, основанные на взаимной симпатии и свободном выборе, доверии и солидарности.

3. Товарищеские отношения – это отношения между людьми, основанные на общности их интересов, проявляющиеся во взаимной помощи и солидарности, уважении и доверии, доброжелательстве и симпатии.

4. Дружба – это близкие отношения, основанные на взаимном доверии, привязанности, общности интересов.

5. Любовь – это глубокая привязанность к другому человеку, чувство глубокой симпатии [6, с. 23].

Поэтому так важно сформировать дружеские отношения между детьми дошкольного возраста, которые полноценно могут выстроиться лишь в сплоченном коллективе.

Под последним понимают группу людей высокого уровня развития, взаимно влияющих друг на друга и связанных между собой общностью социально обусловленных целей, интересов, потребностей, норм и правил поведения, совместно выполняемой деятельностью, единством воли, выражаемой руководством коллектива [2, с. 59-60].

Отечественная педагогика всегда гласила о необходимости воспитания товарищеских отношений и взаимовыручки, взаимопомощи в детском коллективе.

К числу признаков коллектива относится: сознательный характер объединения людей; единство общих и личных целей членов коллектива; относительная устойчивость, деятельность функционирования; чёткая организованная структура внешних и внутренних связей и взаимоотношений; наличие органов координации деятельности (органов самоуправления); общепринятые нормы поведения и общие ценности, ориентации (ценностно-ориентированное единство); интеллектуально-моральная атмосфера и благоприятный климат; защищённость каждого члена коллектива и чувство эмоционального комфорта; сплочённость; коллективная деятельность, единый результат которой достигается усилиями каждого члена группы [3, с. 73].

Характерный признак отношений между младшими школьниками заключается в том, что их дружеские отношения сформированы на общности внешних жизненных обстоятельств и случайных интересов; например, они сидят за одной партой, рядом живут, увлекаются чтением или рисованием. Сознание младших школьников еще не достигло того уровня, для того чтобы подбирать друзей согласно каким-либо значимым личностным качествам.

Именно в младшем школьном возрасте зарождается социально-психологическое явление дружбы как индивидуально-избирательных глубоких межличностных отношений детей, характеризующихся обоюдной

привязанностью, основанной на чувстве симпатии и безусловного принятия другого. В этом возрасте наиболее популярной считается групповая дружба.

Дружеские отношения осуществляют большое число функций, основными из которых считается формирование самосознания и чувства причастности, взаимосвязи с окружением себе подобных [5, с. 26].

По уровню эмоционального вовлечения общения детей с ровесниками, оно может быть товарищеским и приятельскими. Товарищеское общение - эмоционально менее глубокое общение ребенка, реализуется в основном в классе и в большей степени с детьми своего пола. Товарищеское общение проявляется в ходе работы, если совершается сближение мнений и предоставление взаимной помощи [4, с. 72].

Приятельское общение – происходит как в детском саду, так и вне его, также по большей части с детьми своего пола, только 8% мальчиков и 9% девочек поддерживают такой вид общения [1, с. 303]. Приятельские отношения формируют готовность к дальнейшему развитию межличностных отношений, в том числе и дружеских.

Таким образом, можно сделать заключение о том, что межличностные взаимоотношения ровесников младшего школьного возраста зависят от большого количества моментов, таких как успешность в учебе, взаимная симпатия, общность интересов, внешние жизненные обстоятельства, пол. Все эти факторы влияют на выбор взаимоотношений ребенка со сверстниками и их значимость.

Литература

1. Волков Б. С., Волкова Н. В. Возрастная психология. В 2-х частях. – Ч. 2 : От младшего школьного возраста до юношества: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по пед. специальностям / Б. С. Волков, Н. В. Волкова, под ред. Б. С. Волкова. – М. : Гуманитарный издательский центр ВЛАДОС, 2005. – 343 с.

2. Коджаспирова Г. М., Коджаспиров А. Ю. Педагогический словарь: Для студ. высш. и сред. пед. учеб. заведений / Г. М. Коджаспирова, А. Ю. Коджаспиров. – М. : Издательский центр «Академия», 2001. – 125 с.

3. Новикова Л. И. Педагогика детского коллектива / Л. И. Новикова. – М. : 1978. – 144 с.

4. Развитие личности ребенка / под ред. А. Н. Фонарева. – М. – 2007. – 140 с.

5. Реан А. А., Коломинский Я. Л. Социально-педагогическая психология / А. А. Реан, Я. Л. Коломинский. – Серия «Мастера психологии» – Питер, СПб. : 2000. – 212 с.

6. Челдышова Н. Б., Шпаргалка по социальной психологии книга / Н. Б. Челдышова // М. : «Экзамен», 2009. – 48 с.

ВОСПИТАНИЕ ВЗАИМОПОМОЩИ У ДОШКОЛЬНИКОВ В УСЛОВИЯХ ДОШКОЛЬНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ

*Рыбалко Лилия Марьяновна,
магистрант II курса института педагогики и психологии;
Грищенко Надежда Анатольевна,
кандидат педагогических наук,
доцент кафедры дошкольного образования
ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Тараса
Шевченко»*

Воспитание отзывчивого, готового прийти на помощь молодого поколения, является одной из важнейших задач, в том числе и дошкольной педагогики. Современная ситуация указывает на то, что данное качество не находит большого распространения в обществе, но вместе с тем, развитие этого качества имеет социальную, практическую и научную актуальность. Система дошкольного образования делает все возможное для формирования этого качества личности у дошкольников.

В частности, в типовой программе дошкольного образования ЛНР взаимопомощь рассматривается как важнейший критерий трудового воспитания. Следует отметить, что дошкольный возраст является сенситивным для формирования нравственных качеств личности, и готовность ребенка к взаимопомощи как качество личности не является исключением.

Проблеме формирования представления о взаимопомощи особо посвящены работы таких авторов, как Л. И. Божович, А. В. Запорожца, Я. З. Неверовича, А. Н. Леонтьева, О. А. Князевой, Е. О. Смирновой, К. Д. Ушинского, Н. К. Крупской, А. С. Макаренко, А. П. Усова. Среди современных работ стоит отметить труды А. М. Богуш, Н. В. Гавриш, З. Н. Борисовой, Р. С. Буре, Т. В. Введенской, Я. З. Неверовича, В. Г. Шур и др.

Анализ философской литературы позволяет выделить два основных подхода к определению дефиниции «взаимопомощь»: во-первых, обобщая представления Платона, Ж.-Ж. Руссо, П. А. Гольбаха, взаимопомощь следует рассматривать как общественная функция, объединяющая людей и способствующая плодотворному сотрудничеству человека и общества, людей друг с другом; во-вторых, обобщая представления Аристотеля, Б. Спинозы и А. Шопенгауэра, взаимопомощь определяется как форма чувственного проявления у людей дружбы и сострадания [2].

Среди психологов высказывал свои взгляды на проблему взаимопомощи А. Н. Леонтьев. Ученый рассматривал взаимопомощь в качестве важнейшего педагогического условия передачи исторического опыта из поколения в поколение. Б. Ф. Поршнев рассматривает взаимопомощь как важнейшее условие развития психики человека вместе с трудом и речью. А. В. Петровский

рассматривал взаимопомощь в качестве важнейшего условия социализации. Е. В. Субботский рассматривал взаимопомощь в контексте приобщения дошкольников к человеческой культуре.

Таким образом, анализ психологической и философской литературы указывает на то, что взаимопомощь играет огромную роль в психическом развитии детей.

Авторы выделяют три основных подхода к проблеме развития взаимопомощи у дошкольников:

1) личностно-нормативный, в котором взаимопомощь рассматривается с позиции моральных норм;

2) индивидуально-эмоциональный подход к пониманию взаимопомощи как результата эмпатийного процесса;

3) коллективистский подход, в котором взаимопомощь рассматривается как результат действенной эмоциональной групповой идентификации [1; 3].

В современных психолого-педагогических исследованиях подчеркивается, что отношения сверстников формируются и развиваются в процессе совместной деятельности. Если цель общей деятельности оказывается социально значимой для всех участников детской группы, то отношения всех участников группы будут строиться на принципах взаимопомощи и соучастия. Таким образом, общая деятельность формирует детские межличностные отношения и рассматриваются учеными как организованная форма детской активности, направленная на воспроизведение ими социального опыта [4].

Анализ исследований свидетельствует, что известные ученые в области педагогики (Р. С. Буре, Т. О. Маркова, В. Г. Нечаева, М. В. Крулехт и др.), рассматривают труд как неотъемлемую часть всеобщего воспитания человека, а готовность прийти на помощь – как интегральное моральное качество, которое человек приобретает именно в процессе общей трудовой деятельности вместе с другими детьми. Взаимопомощь они трактуют как процесс, направленный на умение эмпатийно воспринимать проблемы, мысли, точки зрения другого человека и готовность действовать вместе для достижения общей цели.

З. Н. Борисова, Р. С. Буре, Я. З. Неверович, В. Г. Шур, С. Г. Якобсон утверждают, что взаимопомощь формируется уже в дошкольные годы, тогда, когда ребенок начинает упорядочивать свое поведение под непосредственным влиянием взрослых и социального окружения. Общий труд рассматривается как средство воспитания взаимопомощи как чувства коллективизма, уверенности в себе и в товарищах. Конечный результат общей деятельности является результатом действий каждого ребенка. Такая форма организации труда вызывает у детей переживания, направленные на достижение собственного успеха в ней, а также необходимости обязательного согласования действий, ориентацию на партнеров, на учет их интересов и возможностей. Взаимодействие в общем труде активизирует у детей стремление достичь коллективного успеха и повышает заинтересованность в успехе товарища. Взаимопомощь – это взаимная помощь, оказываемая друг другу, взаимно.

Мы разделяем точку зрения группы таких ученых как Р. С. Буре, Т. О. Маркова, В. Г. Нечаева, М. В. Крулехт и рассматриваем взаимопомощь дошкольников как интегральное моральное качество, которое дошкольник приобретает именно в процессе общей трудовой деятельности вместе с другими детьми. Взаимопомощь они трактуют как процесс, направленный на умение эмпатийно воспринимать проблемы, мысли, точки зрения другого человека и готовность действовать вместе для достижения общей цели.

Возникновение взаимопомощи, дружбы между детьми, заботливого отношения друг к другу в организованной деятельности происходит в стремлении к общей цели и на основе начальных форм чувства долга и ответственности.

Таким образом, воспитание взаимопомощи у дошкольников мы рассматриваем в ключе формирования эмоциональной отзывчивости и волевых качеств. К основным средствам воспитания взаимопомощи у детей дошкольного возраста мы относим коллективный труд, игровую деятельность и специально организованные педагогические ситуации.

Литература

1. Божович Л. И. Проблемы формирования личности : под ред. Д. И. Фельдштейна. / Л. И. Божович. – М. : Издательство Институт практической психологии. – Воронеж: НПО МОДЭК, 1997. – 352 с.
2. Боязитова И. В. Взаимосвязь самооценки и волевой регуляции при переходе детей от дошкольного к младшему школьному возрасту : автореф. дис. ... канд. психол. наук / И. В. Боязитова. – М. : 2008. – 21 с.
3. Рогов Е. И. Эмоции и воля / Е. И. Рогов. – М. : ТК Велби : Проспект, 2012. – 240 с.
4. Смирнова Е. О. Дошкольник в современном мире / Е. О. Смирнова, Т. В. Лаврентьева. – М. : Дрофа, 2006. – 270 с.

ТЕХНОЛОГИИ ФОРМИРОВАНИЯ ОСНОВ КУЛЬТУРЫ ОБЩЕНИЯ У ДЕТЕЙ ДОШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА

*Шкабко Ольга Витальевна,
магистрант II курса института педагогики и психологии;
Грищенко Надежда Анатольевна,
кандидат педагогических наук,
доцент кафедры дошкольного образования
ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Тараса
Шевченко»*

Проблематика общения занимает значительное место в общей психологии и в психологии личности. Процесс общения является многомерным и многоуровневым, о чем свидетельствуют разнообразные формы и разновидности коммуникаций: общение прямое и косвенное, непосредственное и опосредованное, деловое и личное, межперсональное и межгрупповое и др. [3].

Вслед за авторитетными психологами мы рассматриваем общение как психическую деятельность человека, включающую три процесса: перцепцию (восприятие получаемой информации); коммуникацию (обмен информацией с другими участниками общения); интеракцию (взаимодействие с партнерами по общению).

Мы настаиваем на ведущем значении общения наряду с деятельностью в общем социальном развитии ребёнка дошкольного возраста, а главное – в его морально-нравственном становлении. В первом разделе мы обосновали, что в понятие «культура общения» человека входит умение им строить коммуникацию и взаимодействие с другими людьми на принципах уважения личности партнёра, доброжелательности, терпимости, вежливости и такта. Безусловно, что такие умения формируются у человека в продолжение достаточного времени, однако уже в период детства он должен овладеть основами культуры общения как со взрослыми людьми, так и со сверстниками. Значимость последнего особенно велика в субъектном становлении ребёнка, развитии в нём уверенности, способности к самооценке, равноправному диалогическому общению.

Общение дошкольников со сверстниками характеризуется эмоциональной насыщенностью, нестандартностью высказываний, преобладанием инициативных высказываний над ответными. Общение со сверстниками значительно богаче, чем общение со взрослыми: здесь и руководство действиями собеседника (показать как можно и как нельзя делать), и проверка его действий (вовремя сделать замечание), навязывание собственных стереотипов (заставить сделать именно так), и товарищеская игра

(вместе решить как будем играть), и устойчивое сопоставление с собой (я так могу, а ты?)

Таким образом, под культурой общения дошкольников со сверстниками мы понимаем действия детей, способствующие построению гуманных отношений с другими детьми, реализуемых в социально одобряемом поведении на основе анализа коммуникативных контактов со сверстниками и управления своим поведением в соответствии с социальными нормами.

Приоритетное воспитательное значение мы придаём детскому коллективу как гуманно организованному сообществу детей одного возраста, связанных общностью деятельности и общения в условиях дошкольной образовательной организации под руководством педагога. В современных социокультурных условиях становление и развитие детского коллектива является важнейшим агентом формирования просоциально направленной (в противовес – эгоистической) личности ребёнка дошкольного возраста. Таким образом, коллектив выступает одновременно как средство и среда социально-коммуникативного развития дошкольника, которым и в котором воспитываются ведущие нравственные качества детей.

Важной задачей детского сада является научить дошкольников свободно и грамотно строить свои высказывания, подкреплять их доводами и фактами из различных областей знаний, доступных воспитанникам, пробуждать познавательный интерес. Практика показывает, что наиболее эффективный результат развития коммуникативных умений, повышения уровня социализированности личности дошкольника может быть получен средствами интерактивных технологий обучения и воспитания.

Интерактивные технологии внедряются в педагогический процесс с целью становления интегративных качеств детей дошкольного возраста, овладения дошкольниками конструктивными способами и средствами взаимодействия с окружающими людьми соответственно задачам, которые ставят современные стандарты образования.

Практика показывает, что интерактивное обучение влияет на структуру непосредственной образовательной деятельности дошкольников, требует специальной организации и определенного выбора нужных интерактивных методов и приемов обучения. Именно поэтому можно утверждать, что интерактивное обучение – это своего рода дидактическая система, которая имеет свою особую технологию [1].

Целью интерактивного обучения является обеспечение эмоционально-личностного роста каждого дошкольника, создание комфортных условий, при которых дети активно взаимодействуют друг с другом, и при этом каждый чувствует себя успешным и интеллектуально состоятельным, что делает продуктивным сам процесс обучения [4, с. 23].

Одной из основных задач воспитателя в процессе внедрения интерактивной технологии является направление процесса обмена материалом и помощь в этом процессе: выявление множества мнений; обращение к личному опыту каждого участника; поощрение активности дошкольников;

совмещение теории и практики; взаимообогащение опыта дошкольников; облегчение восприятия, усвоения, взаимопонимания; стимулирование творчества. Следует обратить внимание на то, что интерактивное обучение требует от воспитателя определенного комплекса необходимых методических и психологических знаний и умений. К примеру, умения использовать техники, которые позволяют включить всех участников в процесс обсуждения, умения правильно организовывать пространство для занятия, умения регламентировать этапы работы и т.д. [2, с. 36].

Нами обоснован и разработан ряд педагогических условий формирования у дошкольников основ культуры общения при использовании интерактивных технологий и приёмов:

1. Реализация принципа совместности решения какой-либо проблемы в противовес предоставления дошкольникам готовых знаний в объяснительно-иллюстративной форме. Обязательное объединение деятельности детей и их общения.

2. Дифференцированный и индивидуальный подход в организации интерактивных приёмов.

3. Создание атмосферы доброжелательности, доверительности, престижа знаний и ориентации на успех в совместной деятельности.

4. Систематичность в применении интерактивных технологий, постепенное увеличение времени для проведения интерактивных упражнений за счёт объединения разных интерактивных приёмов.

5. Проявление педагогом творческих качеств, гибкости, педагогического такта.

Внедрение интерактивных технологий должно начинаться с интерактивных игр, поскольку игра всегда интересна для детей. Также постепенно можно внедрять и все остальные виды интерактивные приёмы: «Работу в парах», «Хоровод», «Цепочку», «Карусель», «Интервью», «Работу в малых группах», «Аквариум», «Большой круг», «Дерево знаний», «Мозговой штурм», кейс-иллюстрации.

Литература

1. Интерактивная педагогика в детском саду: методическое пособие / под ред. Н. В. Микляевой. – М. : ТЦ Сфера, 2012. – 128 с.

2. Колеченко А. К. Энциклопедия педагогических технологий: пособие для преподавателей / А. К. Колеченко. – Спб: КАРО, 2006. – 271 с.

3. Леонтьев А. А. Психология общения / А. А. Леонтьев. – М. : Просвещение, 1999. – 376 с.

4. Суворова Н. М. Интерактивное обучение. Новые подходы / Н. М. Суворова. – М. : ТЦ Сфера, 2005. – 170 с.

«НОВЫЕ ТЕКСТЫ» И ИХ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ НА УРОКАХ ЛИТЕРАТУРЫ

*Якимчук Даниил Владимирович,
ученик 11-А класса;
Лисаченко Елена Владимировна,
учитель украинского языка и литературы
МОУ «Средняя школа № 18 города Макеевки»*

В настоящее время все больше дает о себе знать отсутствие у современной учащейся молодежи желание читать, запоминать прочитанное, учить наизусть. Наблюдая за своими сверстниками, могу отметить, что подрастающее поколение не обладает достаточной усидчивостью, терпением, как правило, у них рассеянное внимание. Молодежь испытывает трудности в чтении художественных и учебных текстов, представленных в обычном линейном формате, намного легче и интереснее смотреть, чем читать.

Сегодня прогрессирует тенденция «выпадения» современных школьников из пространства культуры, ориентированных на вербальный текст. Как приобщить учащихся к чтению? Ведь получение образования во многом зависит от способности читать различные тексты, находить нужную информацию, осмыслять и интерпретировать прочитанное и впоследствии применять в своей работе. Именно поэтому «навык чтения по праву считается основой последующего образования. Пытаясь ответить на этот вопрос, я открыл для себя такие понятия, как «мульти текст» или «новый текст».

Текст «новой природы» – это мысль, зафиксированная на каком-либо носителе, для отображения которой используется связная последовательность разнообразных символов, знаков вербальной и невербальной природы [2; с. 8]. «Новые тексты в основном рождаются в сети Интернет. Уже давно вошло в привычку отображать свои эмоции через «смайлики». А ведь «смайлики» - тексты «новой природы».

Новые тексты в отличие от традиционных визуальные, они синтезируют слово и изображение, происходит сжатие объемного текста, появляются знаки, схемы, текст дополняется мультимедийными фрагментами (звуковые композиции, видеофрагменты, мультипликации). Для текста «новой природы» характерны объемность, как правило он фрагментарный, незаконченный, визуальный, нематериальный – тревожит, вызывает интерес. Наглядность и доступность – вот что привлекает современного учащегося-читателя в новых текстах.

Комиксы, обожаемые детьми, диафильмы, когда-то любимые их родителями, каллиграммы – стихи, в которых графический рисунок строк или выделенных в строках букв складывается в изображение какой-либо фигуры, бук трейлеры – видеоролики по книгам, странички литературных героев в

социальных сетях – все это тексты «новой природы». На уроках литературы мы создаем новые тексты не только с использованием информационно-коммуникативных технологий, а также творим арт-объекты: коллажи, изо тексты.

Интересным видом работы также считаю написание нарратива. Нарратив – это некое повествование о чём-либо, объясняющий рассказ. С помощью этого вида «нового текста» нужно не просто донести информацию до слушателя, но произвести впечатление, заинтересовать, заставить слушать, вызвать определённую реакцию. Нарратив в литературе имеет большое значение для художественных текстов, поскольку здесь реализует себя сложная цепочка интерпретаций, начиная с точки зрения автора и заканчивая восприятием читателя-слушателя. Благодаря такого рода текстам учащимся намного легче усвоить информацию, связанную с биографией писателей, представлением литературных героев.

Приобщение школьника к чтению должно происходить с учетом сложившейся социокультурной ситуации, когда молодежь отдает предпочтение сетевым ресурсам, а авторитет Интернета как источника современной информации значительно выше, чем у бумажных носителей. Представляется рациональным познакомить учащихся с новой формой существования литературных произведений в мультимедийной среде – имеется в виду распространение специфической сетевой литературы, или *сетературы*, в форме Живого Журнала (LiveJournal). Полезными на уроках литературы и для самостоятельного изучения выступают интернет ресурсы, специализирующиеся на сборе, размещении и критике художественных произведений в Сети (<http://www.netslova.ru> или <http://www.teneta.ru>).

Итак, в современном мире текст претерпевает значительные перемены, меняется определение текста, главной чертой которого становится информативность, т.е. определение текста стало включать не только вербальные, но и невербальные средства. Но в тоже время «новые тексты» могут служить лишь вспомогательным средством в изучении художественного произведения, которое должно быть прочитано учащимся.

Литература

1. Беньковская Т. Е. Тексты «новой природы» и возможность их использования в литературном образовании современных школьников / Т. Е. Беньковская. // Теория и методика обучения и воспитания. – 2017 – № 3 (33) – С. 63–69
2. Казакова Е. И. Тексты новой природы: закономерности и технологии развития современной грамотности в условиях качественной модернизации современного текста / Е. И. Казакова. // На путях к новой школе. – 2014 – № 1 – С. 8–9.
3. Сосновская И. В. Методика преподавания литературы в современной школе : монография / И. В. Сосновская. – Иркутск : Оттиск, 2016 – 261 с.

УЧЕБНЫЕ ЗАВЕДЕНИЯ – УЧАСТНИКИ КОНФЕРЕНЦИИ

Российская Федерация

1. ФГБОУ ВПО «Белгородский государственный технологический университет им. В. Г. Шухова».

Луганская Народная Республика

2. ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет им. Тараса Шевченко».

Донецкая Народная Республика

3. ГОУ ВПО «Донбасская национальная академия строительства и архитектуры».

4. ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет».

5. ГОУ ВПО «Донецкий национальный технический университет».

6. ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы при Главе Донецкой Народной Республики».

7. ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли им. Михаила Туган-Барановского».

8. ОО ВПО «Горловский институт иностранных языков».

9. ГПОУ «Макеевский политехнический колледж».

10. Горловский лицей № 47 «Старт».

11. Государственное бюджетное нетиповое общеобразовательное учреждение «Республиканский многопрофильный лицей-интернат «Григорьевская школа» МОН ДНР.

12. Республиканский многопрофильный лицей-интернат при ДонНУ МОН ДНР.

13. МОУ «Технический лицей города Донецка».

14. МОУ «Гимназия №70 города Донецка».

15. МОУ «Средняя школа №28 города Донецка».

16. МОУ «Средняя школа №133 города Донецка».

17. МОУ «Средняя школа №7 города Макеевки».

18. МОУ «Средняя школа №11 города Макеевки».

19. МОУ «Средняя школа №18 города Макеевки».

20. МОУ «Средняя школа №108 города Макеевки».

21. МОУ «Средняя школа №2 города Шахтёрска».

***Выражаем благодарность всем участникам конференции!
Надеемся на дальнейшее плодотворное сотрудничество!***

Оргкомитет конференции

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ**

**ГОУ ВПО «Донбасская национальная академия строительства и архитектуры»
Кафедра прикладной лингвистики и межкультурной коммуникации**

СБОРНИК НАУЧНЫХ ТРУДОВ

IV Республиканской очно-заочной научной конференции

«ЯЗЫК И КУЛЬТУРА»

14 ноября 2018 г.
г. Макеевка

Ответственные за издание: *Р. Н. Назар, Ю. Н. Новикова*

**Авторы научных статей несут ответственность за оригинальность текстов,
а также достоверность изложенных фактов и положений.**

Электронный ресурс. – Режим доступа : <http://donnasa.org>